

e-marketing PARIS 2015

LE SALON DES PROFESSIONNELS DU MARKETING DIGITAL

14- 15-16 AVRIL 2015
Hall 7/1- Porte de Versailles - Paris

BIG DATA

RICH & VIDEO MARKETING

DIGITAL RESEARCH

SOCIAL MARKETING

E-PUBLICITE RETARGETING

REAL TIME BIDDING

CONTENT MARKETING

MOBILE MARKETING

PROGRAMME OFFICIEL

OBTENEZ VOTRE
BADGE D'ACCÈS GRATUITEMENT SUR :
WWW.EMARKETINGPARIS.COM



UN ÉVÈNEMENT
Tarsus FRANCE GROUPE MÉDIA B TO B
monannuaire pro.com

EN PARALLÈLE DE
STRATÉGIE CLIENTS le salon de la relation clients

WWW.EMARKETINGPARIS.COM

EDITO

Oui ! «back to basics» : piloter ses investissements, lutter contre la dépendance à Google, maitriser le big data et un marketing de plus en plus technologique tout en identifiant les comportements nouveaux de la digital mum... Et ce sont des cas pratiques d'annonceurs qui n'ont rien à vendre mais tout à partager avec vous !

Et innovation cette année, une conférence spéciale sur les femmes dans le e-marketing pour démonstration qu'elles réussissent aussi dans ce secteur...

Hervé Bloch
Responsable des conférences plénières

Ghislaine de Chambine
Directrice du salon

SOMMAIRE

PARTENAIRES

PARTENAIRES INSTITUTIONNELS



PARTENAIRES PRESSE



PARTENAIRES WEB



PARTENAIRES TECHNIQUE



CONTACTS

Ghislaine de Chambine
Directice du pôle marketing et relations clients
gdechambine@tarsus.fr

Alexandre Moulon
Responsable commercial
amoulon@tarsus.fr

Hervé Bloch
Responsable conférences plénières
hervebloch@digilinx.fr

Valérie Hackenheimer
Attachée de presse -
Agence Florence Gilliers Communication
valerieh@fgcom.fr

Ariane Abbou
Directice commerciale
aabbou@tarsus.fr

Marie Merle
Suivi clients
mmerle@tarsus.fr

Annie Lichtner
Responsable ateliers solutions
annie.lichtner@orange.fr

MARDI 14 AVRIL 2015

#EMP2015

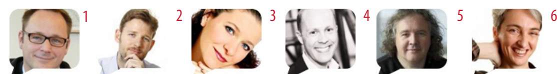
GRAND AMPHITHÉÂTRE CONFÉRENCES PLÉNIÈRE

10h45 à 11h45 : Le e-marketing est de plus en plus technologique : quelles organisations, comment vaincre les résistances en interne et défendre ses budgets ?

BigData, DMP, web services, RTB, CRM, programmatique, cookies, DSP, POP, IMAP, data scientis... tous ces termes chinois lié à la technique sont des indispensables pour un e-marketing efficace. C'est fini la guerre fratricide entre les équipes marketing et la poussiéreuse équipe informatique. Les services travaillent main dans la main dans l'intérêt ultime de l'entreprise afin de favoriser la croissance et le profit. Comment les entreprises s'organisent pour aborder un marketing de plus en plus technologique ? Quels sont les chantiers indispensables à mettre en oeuvre ? Quels sont le quick wins ?

Intervenants :

Etienne BOURDON, Directeur BU, **LA REDOUTE** 1
Jérôme SUTTER, VP Marketing , **WEEKENDESK** 2
Aurélia NOEL, Directrice Digital Premier, **INN** 3
Julien-Henri MAURICE, Directeur Marketing, **BAZARCHIC** 4
Jean-Claude HEUDIN, Directeur, **INSTITUT DE L'INTERNET ET DU MULTIMÉDIA** 5
Karine BRUERE, Directrice Marketing France, **ALLORESTO** 6



15h15 à 16h15 : Le pilotage du e-marketing : quels sont les indicateurs clés et comment les mesurer ?

RFM, filtrage collaboratif, attribution des ventes multi-leviers, CPM, CPC, CTR, CPL, CPCA, CPA... Ces mots barbares ont pour vocation de mesurer et d'optimiser votre e-marketing. Comment les annonceurs pilotent leurs investissements ? Quels sont le KPI favoris ? Quel est le bon indicateur à suivre ? Quel temps faut il se laisser pour mesurer l'efficacité d'un projet ? Des annonceurs répondront à ses questions sans tabous ni langue de bois

Intervenants :

Andry RAKOTOMAVO, Responsable e-commerce, **MALAKOFF MEDERIC** 1
Erick BOURRIOT, Directeur e-commerce, **MIM** 2
Nathalie GRIMAUD, Directrice Marketing Digital, **WOLTERS KLUWER FRANCE** 3
Claire LESTOILLE, Directrice Lightonline, **GROUPE ADEO** 4
Alexandre STOPNICKI, Directeur du MBA Spécialisé Marketing Commerce sur Internet (MCI) de l'Institut Léonard de Vinci (ILV) 5



GRAND AMPHITHÉÂTRE STARTING BLOCKS | SE FAIRE CONNAITRE

12h00 à 13h00

SMALL BUSINESS BIG CHALLENGES !

Comment faire connaître sa société, sa marque, son produit ou son offre quand on démarre ? Quels produits proposer en tête de liste selon le profil client ? Quels messages passer en homepage? Comment créer du buzz marketing et de la viralité ? Quelles stratégies adoptées pour sortir du lot ?
Des questions essentielles auxquelles 5 startups innovantes vont répondre en témoignant de leur créativité pour sortir des sentiers battus !

Organisée et animée par



Annie LITCHNER - Journaliste spécialisée Digital Marketing et e-Commerce

ALLTRICKS

Gary Anssens, ancien champion de VTT, a créé la société en 2008 après un grave accident. Alltricks.fr se positionne sur un marché de niche du e-commerce et se veut une start-up très prometteuse, tout en inventant un nouveau métier, celui du vélo et des pièces détachées sur internet.??Le centre principal de préparation d'Alltricks.fr est basé à Maurepas (IDF). Il s'agit d'une plateforme logistique de 6000 m², dédiée à 150 000 produits en stocks, de l'accessoire, au vélo entièrement monté, en passant par les tenues vestimentaires et les objets connectés et qui fait aujourd'hui 33 millions d'euros de C.A.

Intervenant :



Gary ANSSENS, Fondateur, **ALLTRICKS** 4

BLABLACAR

BLABLACAR est un service de covoiturage qui met en relation des conducteurs et des passagers souhaitant partager un trajet et les frais associés. Les conducteurs publient leurs places disponibles et les passagers les achètent en ligne, sur des trajets dont la distance moyenne est de 330 kilomètres. Depuis sa création en 2004 jusqu'en juin 2012, Covoiturage.fr aurait permis une économie globale de 182 millions d'euros aux usagers et a généré près de 30 millions de rencontres humaines en voiture. Laure Wagner, Corporate Communication manager for France.

Intervenant :



Laure WAGNER, Corporate Communication manager for France, **BLABLACAR** 3

BIG MOUSTACHE

Nicolas Gueugnier, 32 ans, a créé BIG MOUSTACHE après s'être rendu compte qu'il utilisait tous les jours le même rasoir à la sortie de sa fac plusieurs années auparavant. Il considéra alors que la perfection au masculin avait ses limites…C'est la raison pour laquelle il décide, en 2013 de s'attaquer au monopole des grands industriels du rasage en lançant BIG MOUSTACHE.
Il met depuis tout en oeuvre pour faire changer les hommes d'habitude, et leur offrir les meilleurs produits et le meilleur service.
Il utilise ses membres pour faire de nouveaux adeptes à travers tous les canaux disponibles : site, blog, réseaux sociaux, chat, emails, etc.

Intervenant :



Nicolas GUEUGNIER, Co-Fondateur, **BIG MOUSTACHE**

FAGUO SHOES

Nicolas ROHR, 28 ans, est le co-fondateur de la marque FAGUO., une jeune marque de mode qui crée des chaussures, accessoires et textile. Elle apporte design et modernité aux basiques de notre vestiaire et se renouvelle chaque saison au travers de collections axées sur le confort et la praticité. Engagés, les créateurs compensent leurs émissions carbones en développant un projet de reforestation en France selon le concept responsable « un arbre planté pour chaque FAGUO acheté .

Intervenant :



Nicolas ROHR, Co-Fondateur, **FAGUO** 5

PETIT AMPHITHÉÂTRE ATELIERS EXPERTS

09h30 à 10h30 : LIANA TECHNOLOGIES - Comment créer un e-mail marketing efficace en 2015 ?



- Etudes des cas les plus réussis de différents secteurs.
- Guides et tendances de l'e-mail marketing & communication

Intervenant : Jérémy BARRY, Sales Development Manager, **LIANA TECHNOLOGIES**

10h45 à 11h45 : EPTICA - La puissance de la linguistique vue à travers les Cas Pratiques de l'Insee et de l'Occitane



Comprendre les véritables attentes de vos clients afin de fournir des réponses cohérentes, rapides et personnalisées et ainsi créer une relation unique avec chacun d'entre eux, est aujourd'hui crucial pour les entreprises.
Claire Ravel, Responsable du centre de Contact de l'Insee, expliquera comment la compréhension des conversations améliore le quotidien du Service Client et des usagers. En outre, elle nous exliquera en quoi la linguistique va aider la Direction à prendre des décisions stratégiques.
A travers le cas client de l'Occitane, Cécile Potier, Chef de Produit Linguistique Eptica, montrera comment la technologie linguistique Eptica a permis à la société de détecter des informations qui vont impliquer directement les équipes Marketing.
A l'heure du Big Data et de la Voix du Client, l'analyse linguistique des échanges clients, véritable mine d'or d'informations, va permettre au Service Client d'appréhender au mieux le comportement du consommateur.

Animateur : Ombeline BLONDEL de JOIGNY, Directeur Marketing, **EPTICA**
Intervenants :
Cécile POTIER, Directeur Linguistique, **EPTICA**
Claire RAVEL, Responsable du centre de Contact, **INSEE**



12h00 à 13h00 : VISIPLUS ACADEMY - Garder le contact avec son audience grâce au retargeting : mode d'emploi et exemples clés

Un internaute montre de l'intérêt pour votre entreprise en naviguant sur votre site web et réalise un acte de conversion : il s'agit là d'un scénario idéal ! Malheureusement, la réalité est toute autre…En réalité, 98% des visiteurs d'un site web partent sans « transformer » leur visite. Et si un rappel pouvait bouleverser ce scénario ? C'est ici qu'entre en jeu le remarketing, dont l'objectif est de toucher les internautes ayant déjà visité votre site et de leur proposer des messages personnalisés lorsqu'ils parcourent le Web ou effectuent des recherches sur Google.

- Les formats de remarketing à privilégier
- « La répétition crée la réputation » : le reciblage comme outil d'image et de mémorisation de marque
- Zoom sur le remarketing sur mobile
- Quel ciblage remarketing et quel message ?
- Comment bien construire sa stratégie de remarketing ?
- Les pièges à éviter
- 4 exemples clés de remarketing réussi

Animateur : Alexandre ULLERN, Key Account Manager, **VISIPLUS**

14h00 à 15h00 : SOFT COMPUTING - Convergence des outils de gestion d'audience et de gestion de campagnes marketing ; couplage des données CRM, DMP, sociales, mobiles et web analytiques : la nouvelle donne du marketing digital.



La digitalisation bouleverse toutes les facettes de l'expérience client et brouille la donne traditionnelle : le média se fond avec le marketing ciblé, contacts entrants et sortants fusionnent, canaux digitaux et physiques se synchronisent, la mobilité phagocyte le web. Grâce aux nouveaux horizons ouverts par les technologies big data, cloud, les outils se rapprochent aussi : gestion des audiences médias, gestion des campagnes marketing et moteurs de personnalisation et de recommandation. Dans le même temps, les données de parcours digitaux des clients et les données sociales sont de plus en plus souvent appareillées aux entrepôts de données pour reconstituer une vision véritablement 360° des prospects-visiteurs-clients. Cet atelier dressera un panorama de ces mutations et de leurs implications, illustrées par des cas concrets.

Animateur : Gilles VENTURI, Directeur Général, **SOFT COMPUTING**

15h15 à 16h15 : MMAF - Le wearable : nouveau territoire du marketing ?



On nous annonce plus d'un million d'Apple Watch en 2015, des centaines de millions de wearables d'ici 2018, plus de 50 milliards d'objets connectés d'ici 2020. La technologie mobile est devenue depuis quelques années un fabuleux vecteur d'innovation. En connectant les hommes entre eux puis à des services de plus en plus personnalisés, les usages mobiles tendent aujourd'hui vers le tout connecté : wearables, IOT... quelle sera la place du wearable et du mobile dans un monde tout connecté ? et surtout quels sont les enjeux pour les marques ? Quels grands enseignements peut on tirer des premières expériences en matière de wearable ? Est-ce que le marketing « wearable » va remplacer le marketing mobile ?

Intervenants :
Dimitri CARBONNELLE, **LIVOSPHERE**
Nicolas RIEUL, **DENTSU**
Louis-Marie GUILLAUME, **AIRWEB**
Vincent PILLET, **USERADGENTS**

16h30 à 17h30 : SARBACANE SOFTWARE - Comment fidéliser vos clients et augmenter vos ventes grâce à l'emailing ?



L'email marketing reste de loin un des meilleurs leviers e-marketing pour booster le trafic de votre site web ou de vos points de vente. En effet une étude du a rapporté que l'email était 40 fois plus efficace que Facebook et Twitter réunis ! Mais face aux nombreuses publicités et newsletters que reçoivent les consommateurs, vous devez redoubler d'astuces et de techniques pour continuer de profiter de l'exceptionnelle rentabilité de l'email.

Intervenant : Guillaume FLEUREAU, Directeur Marketing et auteur de l'ouvrage «L'emailing efficace », **SARBACANE SOFTWARE**

SALLE 1 ATELIERS SOLUTIONS | RECRUTER & FIDÉLISER

10h15 à 11h00 : CABESTAN - Du CRM à la DMP



Réconciliez vos data CRM et vos data web de navigation pour donner de la valeur à votre audience et déclencher des campagnes de retargeting multicanal (email, SMS, display, courrier, call center). Sur le web, vos clients et prospects laissent en ligne une quantité très importante d'informations. Ces données circulent en temps réel et se cumulent de façon brute et désordonnée. Comment coupler les données CRM sur les clients et prospects identifiés et les données de navigation sur les visiteurs anonymes pour améliorer l'efficacité des campagnes de retargeting.

Intervenants :
Daniel BRETON, Directeur général, **CABESTAN**
Marion BAJEUX, Directrice Marketing & Communication, **CABESTAN**

11h15 à 12h00 : EMARSYS - Ecommerce: 5 astuces pour identifier et parer les failles du parcours client



Paniers abandonnés, rebond, clients inactifs... Voici quelques exemples de pépites inexploitées pour les e-commerçants, qui ne prennent que trop rarement les mesures nécessaires pour aller chercher ces sources de revenus additionnels, pourtant faciles à récupérer.

Animateur : Bruno SCHREIBER, Directeur Commercial, **EMARSYS**

12h00 à 12h45 : CONTACTLAB - Les 5 tendances clés en email marketing en 2015



Face à un consommateur hyper-sollicité, comment faire la différence dans les boites email et entretenir une relation durable avec vos abonnés ? Comme chaque année, ContactLab présente une checklist des tendances clés en email marketing avec des recommandations, des cas pratiques, des tuyaux et des astuces pour illustrer comment créer une expérience email riche et engageante pour vos consommateurs.

Intervenant :
Arianna GALANTE, Directeur Général, **CONTACTLAB France**

14h00 à 14h45 : HIGHTEN - Dopez vos résultats avec le marketing de l'engagement



Avec le marketing de l'engagement, faites l'expérience d'une approche innovante pour maximiser durablement vos résultats. Obtenez plus de la part de chaque acteur de votre circuit de distribution : collaborateur, distributeur, client pro, consommateur... Impliquez-les davantage, motivez-les, rendez-leur le travail plus agréable et surtout, montrez-leur toute votre considération. Ils vous le rendront au centuple ! À l'issue de cet atelier, la construction de parcours d'engagement, la communication ultra personnalisée et la gamification n'auront plus de secret pour vous. Rejoignez la communauté des marketeurs de l'Engagement et maximisez vos résultats.

Intervenants :
Sébastien DONNADIEU, Président fondateur, **HIGHTEN**
Alexandre REYMONET, CEO, **DIGIWORKS**

14h45 à 15h30 : ADSONWALL - En quoi Google Shopping, le RLSA et l'API peuvent révolutionner les performances de vos campagnes AdWords ?

adsonwall
AGENCE WEB MARKETING

Google AdWords est en constante évolution, avec des opportunités de plus en plus poussées telles que le RLSA, Google Shopping ou encore l'API. La gestion de campagnes se complexifie avec de nombreuses variables à prendre en compte. Comment gérer ses campagnes lorsque l'on a un catalogue produits important ? De fortes variations de stocks ? Ou encore des problématiques de rentabilité importante ? L'agence spécialisée Adsonwall vous propose de partager ses bonnes pratiques concernant la gestion de campagnes AdWords afin que vous puissiez profiter un maximum du potentiel offert par ce levier.

Intervenants :
Mikael WITWER, Spécialiste Google AdWords, **ADSONWALL**
Charles MARTIN-LAVAL, PDG, **ADSONWALL**

15h45 à 16h30 : ADOBE MARKETING CLOUD - Comment relever le défi de la gestion de vos contenus numériques ?



Face à l'évolution des nouveaux usages numériques, l'explosion des formats et la diversité des canaux de diffusion, la gestion des contenus peut rapidement devenir ingérable.
- Comment optimiser le cycle de production de vos médias, contrôler leur diffusion et offrir des expériences riches à vos clients et prospects ?
- Comment créer, contrôler et diffuser efficacement vos actifs numériques et disposer d'un référentiel numérique unique pour l'ensemble de l'entreprise ?

Découvrez une solution unique pour gérer vos ressources digitales (DAM) et enrichir vos médias. Au cours de cette conférence, nous verrons comment, pour chaque étape du cycle de vie des actifs digitaux, partager, réutiliser et diffuser vos actifs sur l'ensemble des canaux et des terminaux.

Intervenants :
Hélène DELANNOY, Solution Specialist Adobe Experience Manager, **ADOBE SYSTEMS France**
Mélanie PAZIAULT, Consultant Solution Adobe Experience Manager, **ADOBE SYSTEMS France**

16h30 à 17h15 : ACTIPLAY (GROUPE CONCOURSMANIA) - « welcome-sms » : la collecte avec push sms pour démultiplier vos ventes immédiates !



Présentation en avant-première du « welcome-sms », la nouvelle offre d'Actiplay. Couplez l'instantanéité et la mobilité du SMS à la collecte de leads qualifiés pour adresser à vos prospects un message marketing ciblé où qu'ils soient. Vous souhaitez promouvoir une nouvelle offre, communiquer sur un événement, fidéliser vos clients... ? Le welcome-sms vous permet d'adresser une offre personnalisée à vos prospects directement après la collecte et optimiser ainsi votre taux de transformation.

Intervenants :
Jérémy DUCOURNAU, Directeur du Business Développement Actiplay, **ACTIPLAY** (**Groupe ConcoursMania**)
Joanna STIERS-PICHAVANT, Directrice de Clientèle , **ACTIPLAY** (**Groupe ConcoursMania**)

SALLE 2 ATELIERS SOLUTIONS | EXPLOITER LES DATAS CLIENTS

09h30 à 10h15 : SITECORE - Est-ce le CLIENT ou votre MARQUE qui est au coeur de votre stratégie digitale?



Lors de cette présentation, Sitecore illustrera comment les marques qui exploitent les données partagées par les clients performent mieux que leurs concurrents et proposent des expériences uniques et personnalisées sur les canaux digitaux

Intervenant : Laurent BOUTEILLER, **SITECORE**

10h15 à 11h00 : ALTIMA - L'intelligence de la data ou comment maximiser la performance de vos actions ?



Face à des marchés concurrentiels et des consommateurs versatiles, les enjeux de développement commercial deviennent de plus en plus fort. Les mécaniques d'acquisition ne suffisent pas à renouveler le business ; elles doivent être couplées d'actions sur vos données déjà présentes en base. Il est donc incontournable d'en étudier leur potentiel et d'identifier celles qui permettront de personnaliser la relation afin d'accroître le capital client. A l'heure du big data, nous devons rationnaliser pour ne pas rentrer dans l'accumulation de données mais bien dans l'identification des plus structurantes. Nous vous donnerons quelques clés afin de vous permettre de répondre à ces 4 questions structurantes : Quel est le niveau d'exploitation des data en BDD ? Quels sont les 3 premiers outils analytics indispensables à un plan d'action personnalisé ? Comment exploiter ces outils dans mon plan d'action opérationnelle ? Comment mesurer et piloter la performance de mes actions personnalisées ?

Invité : Samuel STRATMAINS, Associé / Directeur Conseil CRM & Analytics, **KNOW YOUR PEOPLE**
Intervenant : Véronique ESTIENNE, Directrice CRM, **ALTIMA°**

11h15 à 12h00 : TRADELAB - DARTY : RTB et e-commerce, retour de campagne de l'annonceur Darty



Lors de cet atelier co-présenté par Darty et Tradelab, plateforme programmatique, découvrez comment un e-commerçant majeur tel que Darty utilise le RTB pour booster ses ventes, tout en sécurisant son image de marque et sans délaisser le respect de l'internaute.

Intervenants :
Frédéric BERLIE, Responsable Marketing, **DARTY**
Yohann DUPASQUIER, CEO, **TRADELAB**

12h00 à 12h45 : INFOR - Pilotez l'expérience client cross-canal et multi-device en temps réel



Quelles convergences entre e et m-commerce pour proposer une expérience client unifiée et s'adapter à un consommateur devenu cross-canal ? Venez assister au témoignage de Mr Fahmi Jendoubi, Responsable Business Intelligence de la société ING Direct France et découvrir les enseignements d'un pur player pour optimiser le parcours client multi-device, capter les mobinautes et éviter les ruptures. Piloter en temps réel l'expérience client cross canal avec des solutions innovantes pour orchestrer les données CRM, transactionnelles, logistiques, contextuelles, comportementales... et disposer d'une vue client 360°.

Animateur : David Valensi, Responsable Commercial CRM & Marketing, **Infor**
Intervenants :
Fahmi JENDOUBI, Responsable Business Intelligence, **ING Direct France**
Edouard MAYEUX, Consultant Avant-Vente CRM, **INFOR**



14h00 à 14h45 : ADOBE MARKETING CLOUD - La vue unifiée du client : 16% des marketeurs l'ont, et vous?

Moins de 20% des marketeurs se disent efficaces dans la visualisation et l'exploitation des données provenant de leurs différents canaux marketing. 16% disent avoir une vue unifiée de leurs clients. C'est trop peu! L'objectif de cette session est de vous présenter comment faire pour mieux centraliser et exploiter votre connaissance client. CRM, DMP, big data, marketing hubs, les possibilités sont multiples. Clarifions cela ensemble et repartez avec des idées clés pour votre stratégie 2015.

Intervenant : Mickael BENTZ, Product Marketing Manager , **ADOBE SYSTEMS France**



14h45 à 15h30 : SELLIGENT - L'exploitation intelligente des datas : Une approche pragmatique au service de la performance globale. Retour d'expérience de Trend-Corner.com

Des données à profusion, des dizaines de solutions pour en exploiter certaines, des technologies pour en capter d'autres. Comment choisir les données pertinentes, comment exploiter intelligemment ces données, comment convertir l'exploitation des données en performance marketing, comment mettre en oeuvre rapidement les solutions pour mettre les datas au coeur de votre stratégie CRM ? Le retour d'expérience de Trend-Corner.com, acteur majeur des ventes flash en ligne.

Invité : Stéphane HAZAN, CEO, **TREND-CORNER**
Intervenants :
Bruno CARROI, Directeur Associé, **AVANCI**
Florent DESTORS, Consultant Délivrabilité, **SELLIGENT**
Jean-François HERNANDEZ, Directeur du Développement, **SELLIGENT**



15h45 à 16h30 : NP6 - Le marketing prédictif : donner du sens aux données et en tirer des insights opérationnels

Découvrez les meilleures pratiques de data marketing au service de votre stratégie digitale : comment adapter en temps réel vos actions, anticiper la conversion, proposer une expérience client sur-mesure et augmenter la Lifetime Value de chaque client?

- De quelles data ai-je besoin ? Données emailings, magasins, web, mobile, réseaux sociaux... : relever le défi d'une vision client unique sur l'ensemble des canaux de communication.
- Comment développer la bonne méthode me permettant de mieux connaître mes Best Clients ?
- Quel algorithme prédictif pour quel usage ? (Réduire l'attrition, Optimiser la conversion, Stratégie optimale Up-selling et Cross-selling,...)
- Comment tirer des insights opérationnels du marketing prédictif ?
- Quels programmes de marketing relationnel mettre en place pour optimiser mon ROI ?

Intervenant : Laurent GARNIER, Directeur Délivrabilité & Succès Client, **NP6**



16h30 à 17h15 : SMARTFOCUS - Les enjeux de la contextualisation dans une stratégie marketing omnicanal

Grâce aux données comportementales de vos clients et à la géo-localisation, vous pouvez communiquer avec eux en temps réel et leur recommander des produits online ou offline, au bon moment. Ce que nous sommes et ce que nous désirons changent à chaque instant. C'est pourquoi une approche générique du marketing n'attirera pas l'attention de vos clients. Il faut donc aller plus loin que la personnalisation de vos messages. La contextualisation et la personnalisation de vos contenus au moment de l'ouverture, et non de l'envoi, fait toute la différence. Il est important de tenir compte du comportement et des préférences de vos clients pour en extraire des informations utiles. Bien plus encore les données environnementales sont précieuses pour orienter le contenu approprié selon le lieu où ils se trouvent, l'appareil qu'ils utilisent, la météo du jour et l'heure. A travers cette conférence vous verrez Comment garantir le caractère unique et pertinent de vos messages commerciaux en temps réel, Comment vous adapter à l'évolution de vos clients pour renforcer leur fidélité, et enfin comment maintenir une synergie entre votre site e-marchand et votre boutique pour inciter à l'achat ou au rachat selon la user-experience

Intervenant : Fabien ROGER, DGA France, **SMARTFOCUS FRANCE**

SALLE 3 ATELIERS SOLUTIONS | STRATÉGIE DIGITALE



10h15 à 11h00 : MARKETO - Les cinq règles de l'Engagement Marketing

A quoi ressemble le futur du marketing ? De quoi ont besoin les responsables marketing afin de réussir ? En tant que marketeurs, nous devons faire face à ces nouveaux challenges dans un monde dynamique, changeant et orienté sur le client. La clé du succès est : l'engagement. Joignez-nous afin d'apprendre comment les marketeurs maitrisent l'art et la science du marketing digital par le biais d'étapes clés de l'engagement marketing.

Intervenant : David BELLIOT, Account Executive, **MARKETO**



11h15 à 12h00 : ORACLE MARKETING CLOUD - Stratégie Digitale: Étapes simples pour un Lead Nurturing à succès

Vous connaissez la journée typique d'un Marketeur moderne. Entre réflexion et sessions de stratégie, demandes de dernière minute, réunions impromptues, et déplacements pour rencontrer des clients, vous pouvez à peine trouver le temps de respirer - Peu importe il faut suivre les dernières tendances du marketing. Donc Oracle Marketing Cloud va définir le Lead Nurturing, expliquer pourquoi il est important pour votre entreprise, et définir les étapes essentielles à suivre pour le mettre en oeuvre dans votre entreprise et en récolter les fruits.

Animateur : Jérôme ADAM, Senior Sales Consultant, **ORACLE MARKETING CLOUD**



12h00 à 12h45 : ZEBESTOF - ISOTONER (RTB & ECOMMERCE, retour d'expérience client)

Découvrez lors de cette conférence comment ISOTONER utilise toute la panoplie des technologies et datas ZEBESTOF pour augmenter ses résultats de notoriété, trafic et ventes tout au long du parcours client.

Intervenant : Alexandre MATHIEU, Directeur général adjoint, **ISOTONER**

14:00 à 14:45 : TRADELAB - HELLO BANK! : Branding et Performance programmatiques, retour d'expérience du secteur bancaire



Hello Bank!, banque en ligne de BNP Paribas, accompagné par Tradelab, plateforme programmatique, reviennent ensemble sur les capacités multiples du Real Time Bidding pour un secteur aussi ROIste et premium que celui de la banque.

Intervenants :
Isabelle BOULANGER, Responsable Acquisition Online, Direction Mobile et Internet, **BDDF RETAIL / BANQUE EN LIGNE**
Yohann DUPASQUIER, CEO, **TRADELAB**

14h45 à 15h30 : SPREAD - Comment faire plaisir et engager ses clients ? En apprenant à les connaitre !



«Vous voulez faire plaisir à vos clients ? Vous en avez marre d'essayer de tisser des liens avec de parfaits inconnus ? Vous êtes fatigués de gaspiller votre énergie et de ne pas obtenir d'engagement ? Votre communication sur Facebook est de plus en plus compliquée? Chez SPREAD, nous sommes convaincus que ROIste ne veut pas dire COURT-TERMiste. Durant notre atelier, découvrez qui se cache derrière vos clients, vos fans et vos visiteurs. Sortez-les de l'anonymat, apprenez à les connaitre pour les séduire et tissez des liens solides et durables avec eux. Nous cultivons l'esprit de famille : nous voulons vous aider au quotidien et vous simplifier la vie pour que vous puissiez construire votre famille clients engagée et durable. Vous découvrirez au travers de nos témoignages clients, de leurs retours, comment ils ont révolutionné leur stratégie e-marketing en adoptant la poulpe attitude.»

Intervenant : Olivier MARTINEAU, Cofondateur, **SPREAD**

15h45 à 16h30 : INFECTIOUS MEDIA - Comment les annonceurs perçoivent l'opportunité que représente le marketing programmatique



Enchères programmatiques ont été un facteur de changement fondamental dans la publicité digitale depuis sa création il y a 5 ans. Cependant, c'est seulement en 2014 qu'elles ont été appliquées en masse et quitté leur statut de niche. Cela se constate dans les publicités d'annonceurs mondiaux tels que Mondelez, Ford, P&G, Heineken ou encore Kellogg's, qui ont affirmé leur intention de dépenser la majorité de leur budget digital en programmatique.

- Découvrez les dernières tendances du programmatique à partir d'une enquête exclusive menée auprès de grands annonceurs
- Qu'attendent les annonceurs du programmatique et de quelles informations spécifiques ont-ils besoin ?
- Quel avantage concurrentiel majeur les annonceurs voient-ils dans le programmatique et quels sont les principaux freins à leurs investissements ?
- Découvrez également comment créer une stratégie programmatique qui répond parfaitement à vos objectifs marketing

Intervenants :
Aurélie TOUBOUL, Directrice Commerciale, **INFECTIOUS MEDIA**
Sylvain DEFFAY, Directeur Général France, **INFECTIOUS MEDIA**

16h30 à 17h15 : ADOBE MARKETING CLOUD - Mobilité et Transformation digitale



Créer une application mobile, oui, l'idée vous intéresse. Dès lors, les questions fusent... Sur quels périphériques et OS ? Comment l'intégrer dans le parcours clients ou métiers ? Comment en mesurer l'efficacité ? Au-delà de la création, quelles sont les variables à considérer pour faire vivre et optimiser votre application... à long terme dans un coût Óraisonnable. Et surtout, comment la réaliser avec les équipes, contenus et process en place ? Découvrez, à partir de retours d'expérience concrets, comment aborder cette transformation digitale nécessaire pour votre business en vous appuyant sur l'existant.

Intervenants :
Corinne MASSON, Solutions Consultant, **ADOBE SYSTEMS**
Denis de COSTER, Head of DPS, Sales southwest Europe, **ADOBE SYSTEMS**

SALLE 4 ATELIERS SOLUTIONS | MAITRISER LE MARKETING DE LA PERFORMANCE

10h15 à 11h00 : PIXALIONE - Optimisez votre stratégie d'investissement e-marketing

Nous vous présentons une approche unique au monde (deux brevets déposés) permettant de diagnostiquer, de benchmarker et d'optimiser l'acquisition de trafic des sites Internet. Cette méthode appliquée avec succès à des PME, ETI et Grands Groupes, permet de minimiser votre coût d'acquisition clients et de maximiser votre trafic qualifié (de +30 à +250% de trafic en plus).Cette année, nous présentons en exclusivité la nouvelle version de MONETORING, plus puissante et plus pragmatique encore, avec ses nombreux nouveaux modules. Nous aborderons notamment les questions suivantes :

- Comment minimiser votre coût d'acquisition clients ?
- Comment monitorer les performances de votre(s) site(s) Internet ?
- Comment benchmarker votre(s) univers de façon rationnelle ?
- Comment diagnostiquer votre site quotidiennement et au global ?
- Comment lancer votre nouveau site (refonte) sans perte de trafic ?

Animateur : Fabrice ALIZON, Dirigeant - Fondateur, **PIXALIONE**
Intervenant : Aurélie BRIAND, Directrice des Opérations, **LUDENDO** (LaGrandeRécré, RuedelaFete, AvenuedesJeux, etc.)

11h15 à 12h00 : DOLEAD - les 10 commandements d'une campagne Adwords par Guillaume Heintz



Créer et piloter une campagne AdWords est devenu de plus en plus complexe. Pourtant les moteurs de recherche restent un pourvoyeur de trafic et de conversions indispensables sur Internet. Pour réussir dans cette jungle, il faut suivre une règle rigoureuse.

Diplômé d'HEC en 2007, Guillaume Heintz co-fonde sa start-up sur le campus avec Arthur Saint-Père (H07). Depuis 7 ans, le métier de Dolead a beaucoup évolué: après avoir édité plusieurs sites média, la société a développé un outil de génération de leads pour se concentrer aujourd'hui sur la gestion et l'optimisation de campagnes publicitaires (AdWords & Bing). Dolead Campaign Manager (DCM) est une technologie sémantique et mathématique qui pilote automatiquement des campagnes pour les rendre plus performantes. Guillaume Heintz est également professeur vacataire depuis 6 ans à HEC et Polytechnique sur des sujets liés à l'Entrepreneuriat et le Digital Marketing.

Intervenants :
Arthur SAINT-PÈRE, DG - cofondateur, **DOLEAD**
Guillaume HEINTZ, PDG - cofondateur, **DOLEAD**

12h00 à 12h45 : EPERFLEX (Rentabiliweb Marketing) - Email (re)targeting : boostez votre génération de leads



Le reciblage par email est connu pour être un puissant levier de transformation de la conversion des sites marchands. Mais saviez-vous qu'il est également un levier particulièrement efficace dans l'acquisition de leads? Notre conférence portera sur ce sujet ; elle sera l'occasion de vous présenter la solution eperflex® et sa capacité à générer des leads performants pour ses annonceurs. Parce que nous considérons que ce sont nos clients qui parlent le mieux de nous et de nos résultats, nous serons en compagnie de Carole LEPINAUX, responsable acquisition de la plateforme de crédit entre particuliers PRET D'UNION qui vous fera part de son retour d'expérience.
Si vous souhaitez vous informer sur le retargeting, découvrir les spécificités de notre solution et vous assurer de son efficacité à l'aide d'un témoignage client, inscrivez-vous à notre conférence. L'équipe eperflex® aura le plaisir de vous accueillir sur place et de répondre à toutes vos questions.

Invité : Carole LÉPINAUX, Responsable Acquisition de trafic , **PRÊT D'UNION**
Intervenant : Matthieu VERMOT, Directeur Général, **RENTABILIWEB MARKETING**

14h00 à 14h45 : LIGATUS - les solutions publicitaires natives comme outil de performance

Du brandcontent à la brandformance, une frontière ténue où la distribution du message devient un enjeu commercial.
5 clefs pour réussir sa communication à la performance tout au long du parcours consommateur.

Intervenant : Elodie DRATLER, Sales Director, **LIGATUS FRANCE**

14h45 à 15h30 : FREESPEE - Call Data : boostez vos outils programmatiques



Vos visiteurs ont parfois besoin de vous appeler avant de finaliser leur achat. Ces appels sont invisibles pour vos outils marketing.
Découvrez comment la collecte et l'activation de ces données augmentent instantanément votre chiffre d'affaires.

Intervenant : Adrien de MALHERBE, Directeur Général, **FREESPEE**

15h45 à 16h30 : IMS HEALTH – Nexxus - L'industrie pharmaceutique à l'heure du digital : réussir sa stratégie multi-canal



Alors que 20 % des sujets abordés sur le web concernent des questions de santé, le digital est encore faiblement déployé au sein des stratégies marketing des laboratoires pharmaceutiques.

• Comment combiner approche digitale et visite médicale classique ?
• Comment fédérer les professionnels de santé avec des campagnes multi-canal personnalisées et ciblées ?
• Comment segmenter vos cibles : en fonction du potentiel produit / de la connaissance du profil digital de vos clients ?
• Comment intégrer les données ventes pour mesurer le ROI de vos actions ?

Nous tenterons de répondre à ces questions par le biais de notre expertise en tant que leader mondial de l'information, du conseil, des services et technologies pour les acteurs de la santé. Avec NEXXUS marketing, IMS Health combine les facteurs clés d'une stratégie multi-canal réussie :

- Connaissance parfaite des professionnels de santé
- Stratégie de communication adaptée aux canaux et aux cibles
- Mesure d'impact en temps réel

Animateur : David GHESQUIÈRES, Principal Consulting, Technology & Services, **IMS HEALTH**

16h30 à 17h15 : MELTWATER - Maitrisez la Performance de vos Stratégies Marketing



Meltwater apporte des insights exceptionnels à plus de 20 000 clients dans le monde entier. L'information ne circule pas seulement de façon interne. Au contraire, la plus grande part des informations essentielles à votre entreprise se trouve au delà de vos propres murs. Meltwater analyse cet océan de données pour vous fournir des informations essentielles à la construction et au bon fonctionnement de votre stratégie marketing.

SALLE 5 ATELIERS SOLUTIONS | ACCROITRE SON TRAFIC ET SA VISIBILITÉ

10h15 à 11h00 : FULL PERFORMANCE - Peut-on se passer de Google et comment ?



Peut-on diminuer la part du référencement commercial dans son Web Marketing Mix, tout en développant ses ventes ? Quels leviers alternatifs utilisés et comment les déployer dans quels délais.
Business Case de +76% avec une diminution du SEA de 40%

Intervenant : Olivier RICARD, PDG, **FULL PERFORMANCE**

11h15 à 12h00 : TABOOLA - Optimisez votre Contenu pour la Conversion



Créer du contenu n'est aujourd'hui plus suffisant. Pour réussir, les Marketers doivent se concentrer sur l'optimisation de leurs contenus pour atteindre des objectifs concrets. Taboola va partager les best practices issues de plus de 150 milliards de recommandations de contenu par mois, sur la façon d'utiliser le contenu afin d'acquérir du trafic qualifié, d'obtenir des leads, de générer des ventes et d'augmenter les revenus de votre site. Nous étudierons plusieurs exemples concrets de campagnes de content marketing et native advertising avec des images, des titres, des appels à action et comment chacun de ces éléments influent sur le trafic et les conversions de votre site.

Intervenant : Harry LEVY, Media Sales Director, **TABOOLA FRANCE**

14h00 à 14h45 : ALTIMA - International SEO : une question de territoire(s)



Si le « International SEO » est aujourd'hui sur toutes les lèvres ce n'est pas un hasard. L'ouverture aux marchés internationaux est une problématique forte et structurante. Mais comment donner du sens à une approche SEO internationale quand l'expertise nous parle de localisation, de contenu, de marque... ?

Intervenant : Audrey BROUTIN, Directeur Associé / Directeur SEO, **ALTIMA°**

14:45 à 15:30: EVOKE - Drive, ClicK & Collect, Prise de RDV, Store Locator ... Décuplez votre CA en magasin grâce à une stratégie digitale performante



Avec un parcours shopper de plus en plus omnicanal et des consommateurs connectés et captifs, les retailers ont amorcé de nombreux changements digitaux. Désormais, les enseignes intègrent de tels dispositifs dans leurs stratégies cross canal.
EvoKe, société leader en Web to Store, accompagne déjà plus de 120 marques et enseignes dans le déploiement de leurs stratégies digitales en leur proposant des solutions technologiques adaptées. A l'occasion du salon e-marketing, EvoKe dévoilera les nouvelles tendances et opportunités du marché.
Lors de la conférence, les thématiques suivantes seront abordées :
1/ Comment améliorer le tracking cross canal entre le online et le offline ?
2/ Comment augmenter le ROI de votre stratégie cross canal grâce aux rebonds entre les différents modules Web to Store ?
3/ Comment les grandes marques amorcent leurs démarches cross canal ?

Intervenant : Thomas LE GUYADER, Expert Cross Canal, **EVOKE**
Invités : à venir

SALLE 6 ATELIERS SOLUTIONS | EXPLOITER LE DATA CLIENTS

10h15 à 11h00 : AZAMEO - La mémorisation de la marque au service du ROI: comment combiner branding et performance



La mémorisation de la marque pour augmenter le taux de conversion : Définition et différence entre préférence et notoriété. Les séquences de mémorisation et de conversion, la mémorisation dans le tunnel d'engagement, courbes d'oubli et de rappel, algorithme de répétition espacée, trace mnémonique - Méthode pour évaluer la puissance de conversion de sa marque : Connaitre son capital marque, capital référencement naturel et capital accès direct, quelles actions e-marketing étudier, calculer la valeur générée par la mémorisation, impact sur les couts de campagne en cas de mémorisation - Suivre sa notoriété au quotidien : Quels KPI suivre, outils de suivi, questions liées à l'audit de notoriété - Faire croitre sa notoriété de marque et ses conversions : Effet de l'exposition aux bannières, Effets de l'expérience de navigation, connaître le cout de reconstitution, développement et conservation de son Capital Marque, Le dispositif AZABRAND - Business Cases e-commerce et e-travel

Animateur : Olivier RICARD, Chairman, **AZAMEO**

11h15 à 12h00 : HAAS AVOCATS - Utiliser des algorithmes prédictifs et prescriptifs en toute légalité, est-ce possible ?



Les méthodes traditionnelles de ciblage s'appuient souvent sur des logiques de retargeting, mais cette approche reste techniquement complexe et limitée. Désormais, on utilise des algorithmes qui tirent profit de toute l'information disponible, détectent des corrélations cachées et calculent automatiquement les bonnes cibles ce qui a souvent un impact spectaculaire sur la performance mesurée. Cela permet aussi de créer des cibles à la volée, en fonction du contenu exact de chaque message, de capturer les tendances et phénomènes saisonniers, de tirer profit de toute l'information implicite, mais est-ce bien licite ? Me Gérard HAAS fera le point sur la question de l'usage de la collecte de données par des algorithmes prédictifs et prescriptifs.

Animateur : Gérard HAAS, Avocat à la Cour, **HAAS AVOCATS**

12h00 à 12h45 : SAILENDRA - Analysez les parcours de navigation pour prédire les intentions de vos visiteurs

Sailendra, spécialiste en Intelligence artificielle, présente son nouveau service d'analyse des sessions de navigations des internautes.
Le principe est d'observer les actions de navigation de vos visiteurs pour mieux comprendre leurs comportements et dégager les parcours porteurs de valeurs.
Grâce à ces données, nos services automatisés vous aident à optimiser votre site, connaître les habitudes et prévoir les intentions d'achat de vos visiteurs.

Intervenants :
Régis LHOSTE, Président, **SAILENDRA**
Hugo HAMAD, Responsable R&D, **SAILENDRA**

14h00 à 14h45 : DOLIST - Exploitation des Data & Génération de ROI : les success stories qui vous inspirent



Zoom sur les pratiques à succès d'Avène, Millésima, GiFi, NRJ Mobile, Taxis G7 ou encore Bébé9. Dolist vous propose des sources d'inspiration pour booster votre stratégie digitale en 2015 ! Passez à l'action et découvrez le potentiel de vos données pour développer votre business et fidéliser vos clients. Augmentation de CA, hausse du panier moyen, du nombre de commandes par client, développement des ventes croisées... Dolist vous offre un tour de table très opérationnel des opportunités à saisir dès aujourd'hui !

Intervenant : Aude DEMOULIN, **DOLIST.NET**

14h45 à 15h30 : ID CONTACT - Comportemental et DMP : Le cas client THE OTHER STORE



La présentation, illustrée des cas pratiques de plusieurs marques (Aigle, Le Tanneur, Sinéquanone, Claudie Pierlot...), explique comment l'exploitation des données comportementales des internautes constitue un levier puissant d'acquisition, de conversion et de fidélisation. Les questions abordées :
- DMP : pourquoi ? Pour qui (grands comptes, PME...activités) ?
- Comment mettre en oeuvre et exploiter une solution de DMP ?
- Quels bénéfices attendus et pour quels coûts ?

Participants :
- IDCONTACT : Editeur plateforme logicielle de CRM Marketing, DMP et Gestion de Campagnes Marketing.
- THE OTHER STORE : Accompagne le développement ecommerce des marques
- TAG COMMANDER : Editeur solutions de tag management professionnelles

Mots clés : DMP, comportemental, acquisition, fidélisation, acquisition, retargeting

Invités :
Michael FROMENT, PDG et co-fondateur, **TAGCOMMANDER**
Remy GUENOT, Responsable Trafic & CRM, **THE OTHER STORE**
Caroline BELLANGER, Chef de projet CRM, **THE OTHER STORE**
Intervenant : Christophe LEDUC, PDG et co-fondateur, **IDCONTACT**

15h45 à 16h30 : EDATIS - 1. Techniques de scoring client en pratique



Edatis, éditeur de logiciels dédiés à l'e-mailing et l'exploitation de la data comportementale vous fait découvrir, en pratique, les différentes approches de scoring d'une base de données clients. Les techniques de scoring / Les tableaux de bord de scoring et pilotage d'activité / cas pratique : parcours client et scoring / Du scoring au CRM prédictif.

Intervenant : Sabri MAHJOUB, Directeur Marketing & Commercial, **EDATIS**

16h30 à 17h15 : MICROSOFT - Segmentation, suivi du parcours client digital, mesure du ROI : la customer data au coeur de la performance



Aujourd'hui grâce aux canaux digitaux, réseaux sociaux et aux objets connectés, la donnée est sur-abondante. Une nouvelle génération d'outils et d'usages bouleversent les stratégies des entreprises. Ces outils qui permettent d'extraire, de traiter, d'analyser et de croiser les données, rendent possibles les business models innovants et surtout rendent votre marketing efficace. Et cela change tout ! Témoignage client et démo du traitement de la data, du ciblage à la communication de rapports qui déchirent !

Intervenants :
Nicolas FLEURENT, Responsable du CRM et de la stratégie digitale B2B, **EURO2016**
Nicholas HARVEY, EMEA Marketing Solutions Specialist, **MICROSOFT**

AGORA WORKSHOPS

11h00 à 11h30 : VOCUS Groupe CISION - Les Relations Médias : arme ultime de l'Inbound Marketing



L'approche traditionnelle marketing est en perte de vitesse. Les solutions de blocage publicitaire et d'antispam fleurissent et les prospects sont de plus en plus las des pratiques jugées trop intrusives. Les sociétés se tournent alors vers l'Inbound Marketing consistant à faire venir les clients vers soi plutôt que d'aller vers eux.
Mix entre marketing de contenu, influence et visibilité Web, l'Inbound marketing se base sur les mêmes fondamentaux que les relations médias, qui deviennent alors incontournables. En effet, avec l'avènement des réseaux sociaux, des forums, des blogs, les relations presse sont devenues relations médias et répondent parfaitement aux problématiques modernes :
- Comment améliorer ma visibilité web, presse et réseaux sociaux ?
- Quelle stratégie RP idéale pour étendre mon influence ?
- Comment veiller le web pour construire du contenu attrayant, tendance et viral ?
- Journalistes, blogueurs, influenceurs : comment les identifier et initier une relation ?

Intervenant : Cyndie BETTANT, Responsable Marketing & Communication, **VOCUS GROUPE CISION**

11h45 à 12h15 : KAMELEOON - De l'A/B testing à la personnalisation



Séduire les visiteurs de son site est l'obsession des directions e-commerce et e-marketing mais la tâche s'est singulièrement complexifiée face à un consommateur qui a renforcé son pouvoir. Personnaliser le parcours client est ainsi devenu un must pour simplifier sa navigation, développer ses usages et mieux gérer la pression de la communication. Au travers de cas clients, cet atelier montre la pertinence de l'A/B testing et de la personnalisation et notamment les possibilités d'adaptation des messages marketing en fonction des critères contextuels et comportementaux des visiteurs.

Intervenant : Jean René BOIDRON, CEO, **KAMELEOON**

12h30 à 13h00 : POWERTRAFIC - Marketing Internet : Améliorer sa visibilité à l'international



Tout semble impossible à ceux qui n'ont jamais rien essayé. Acquérir des clients dans le monde entier et accroître sa notoriété à l'international, c'est le rêve de tout entrepreneur du web. A nous de vous démontrer qu'avec un peu de bon sens, trois francs six sous et quelques lignes de code, il est possible de faire des miracles quant à votre visibilité digitale dans plusieurs pays.

Intervenants :
Henri OFFROY, **POWERTRAFIC**
Romain PRAT, **POWERTRAFIC**

14h00 à 14h30 : MARKETO



14h45 à 15h15 : O2I SOFTWARE - adiict, la plateforme collaborative full web pour les agences : échangez, validez et produisez.



adiict, une solution unique de centralisation et de production.
Le coeur d'adiict se compose d'un serveur web, d'un système de gestion et d'un moteur de traitement de fichiers. La solution permet de créer, de vérifier, de valider et de stocker des documents, au sein d'une interface web. Adiict délivre un accès à l'ensemble des intervenants, et leur permet de visualiser les documents numériques en temps réel, de vérifier et de valider les modifications apportées par les collaborateurs.
Adiict, une solution « time to market » Compatible avec plus de 500 formats de fichiers.

Animateur : Patrick GONZALES, Directeur recherche et développement, **O2I SOFTWARE**
Intervenant : Olivier FREON, Directeur commerciaL, **O2I SOFTWARE**



15h30 à 16h00 : ADN - L'automatisation au service du Market Research

La numérisation des données est aujourd'hui généralisée. L'information quantifiable est omniprésente et offre de nouveaux potentiels d'analyse. Cette révolution culturelle et intellectuelle en marche nous offre de nouvelles possibilités de compréhension des marchés mais pose également de nouveaux défis. La pression sur la productivité se fait de plus en plus forte : les données et les études se multiplient, les temps de réalisation se compriment...
Quel temps reste-t-il imparti à l'analyse, pour quelle valeur ajoutée ?
Pour sortir son épingle du jeu, il est nécessaire d'automatiser ce qui peut l'être pour laisser à l'humain le temps d'analyse. ADN développe des solutions qui automatisent le traitement des données et leur mise en forme. De la fin de votre terrain à la présentation PowerPoint, venez découvrir différents cas d'application. Pour compléter cette offre, ADN propose des analyses performantes répondant aux besoins spécifiques de vos marchés concurrentiels.

Intervenants :
Fabien LEBOURG, DG, **ADN**
David LEBOURG, Directeur Scientifique, **ADN**



16h15 à 16h45 : APP'S MILES® - Enfin du nouveau dans la fidelisation Client !

Depuis toujours la fidélisation ne récompense que les clients qui sortent de la relation, après le paiement : AVEC LA GENERALISATION DU DIGITAL, IL EST GRAND TEMPS DE REVOLUTIONNER VOTRE PROGRAMME DE FIDELISATION !
Le digital offre de nouvelles opportunités pour ré-inventer la relation avec vos clients : utilisez le mobile, exploitez toutes les occasions de contact, récompensez vite, donnez un accès immédiat aux primes...
Consacrez 30 minutes à cet atelier, app's miles® vous présentera des approches concrètes, directement utilisables dans votre métier, et immédiatement rentables !

Intervenant : Francois LE TANNEUR, President, **APP'S MILES®**



17h00 à 17h30 : 2EMOTION - Inclure la vidéo comme levier de sa stratégie marketing

Aujourd'hui la vidéo est un levier marketing & commercial unique, de par son pouvoir d'attraction, au sein votre arsenal marketing. La volonté d'inclure la vidéo dans votre stratégie est devenue forte, dès lors, il devient plus que nécessaire d'outiller vos équipes pour les rendre autonomes sur la création de vidéos dédiées à la présentation, la promotion, la mise en valeur de votre marque et de vos offres.
2emotion est le propriétaire d'une solution digitale de production et de diffusion de videos marketing. Basée sur une plateforme full-web, elle propose aux équipes marketing de créer ou de personnaliser des vidéos sans compétences techniques ou graphiques particulières. Les vidéos créées sont ensuite gérées directement sur la plateforme pour tous les aspects d'interactivité, de publication, de référencement et de tracking.
Venez découvrir votre prochain outil marketing!

Intervenant : Stéphanie PAROT, Directrice Adjointe, **2EMOTION**

MERCREDI 15 AVRIL 2015

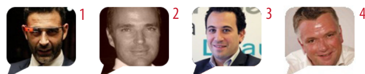
#EMP2015

GRAND AMPHITHÉÂTRE CONFÉRENCES PLÉNIÈRE

10h45 à 11h45 : Les nouveaux leviers pour éviter la Google dépendance

Les e-marchands qu'ils soient pure player ou multicanal dépensent généralement + de 50% de leurs investissements webmarketing en liens commerciaux Google. Ca génère du trafic et de ventes mais également une véritable dépendance. Quel est le bon sevrage ? Quels sont les cures de désintoxication ? Quels sont les nouveaux leviers pour équilibrer ses investissements et gagner en autonomie face à ce géant mondial de la publicité ? Comment générer plus de CA sans abandonner une part significative de sa marge ?

Intervenants :
Luca GERINI, Directeur e-commerce, **LOUVRE HÔTELS GROUP** 1
Philippe MAUJEAN, Directeur général, **LOCASUN** 2
Ilan KOSKAS, Directeur Marketing, **TRAVELVACTORY** 3
Mikael QUILFEN, Directeur général France, **HOTELS COMBINED** 4



14h00 à 15h00 : Elles ont réussi dans le e-marketing

Anne-Laure Constanza, Céline Lazorthes, Lubomira Rochet, Maelle Gavet, Gaele Wuimet, Marion Carrette, Stéphanie Tramicheck, Veronique Morali, Delphine Ernotte, Roxanne Varza, Agathe Molinar, Carole Zibi, Sigird Pabst, Leslie Vartabedian, Audrey Lieautaud, Valérie Dassier, Jessica Delpirou, Lara Rouyres, Tatiana Jama, Gaelle Morilleau, Magali Boisseau, Anne-Lise Seurat, Audrey Heiser, Christine de Wendel, Mathilde Lamazere, Karine Brana, Isabelle Moins, Charlotte Gaillard, Stéphanie Delestre, Claire Lesloille, Diane Larramendy, Corinne Louison, Catherine Colin, Valerie Abehsera, Audrey Eymard, Fanny Moizant, Christel Longatte, Stephanie Pelaprat, Pauline Laigneau, Annabel Chaussat... sont les femmes emblématiques du e-marketing... Etoiles montantes ou déjà aguérries, certaines d'entre elles viendront vous exposer leur vison et leur pratique de la discipline...
Comment concilier réussite professionnelle et vie familiale ? Comment pratiquent-elles le e-marketing dans leur entreprise pour réussir ?

Animateur : Hervé BLOCH, Fondateur et Président, **DIGILINX** 1
Intervenants :
Jessica DELPIROU, Directrice générale, **MEETIC FRANCE** 2
Aline BUSCEMI, Directrice générale, **MILIBOO** 3
Anne-Sophie FRENOVE, Directrice marketing, **AIRBNB** 4



GRAND AMPHITHÉÂTRE STARTING BLOCKS | SE FAIRE CONNAITRE

12h00 à 13h00

SMALL BUSINESS BIG CHALLENGES !

Comment faire connaître sa société, sa marque, son produit ou son offre quand on démarre ? Quels produits proposer en tête de liste selon le profil client ? Quels messages passer en homepage? Comment créer du buzz marketing et de la viralité ? Quelles stratégies adoptées pour sortir du lot ?
Des questions essentielles auxquelles 5 startups innovantes vont répondre en témoignant de leur créativité pour sortir des sentiers battus !

Organisée et animée par:


Annie LITCHNER - Journaliste spécialisée Digital Marketing et e-Commerce

MA PREMIÈRE VALISE

En 2007, alors enceinte de son 1er enfant, Aude Michel est confrontée à la préparation de sa valise pour la maternité. L'idée germe de proposer Ma premiere valise.com un site destiné aux futurs parents. Objectif : créer la première valise pour accueillir bébé. Le concept plaît et le bouche à oreille participe sur les réseaux sociaux à faire connaître le concept. Comment s'y prendre pour parler de sa marque sur les réseaux ? Aude Michel livrera au cours de cette conférence tous ses conseils.

Intervenant :


Aude MICHEL, Fondatrice, **MA PREMIÈRE VALISE**

DELIVER.EE

Romain a fait ses armes dans l'agence You to You puis TBWA Paris avant de monter sa propre agence Milky en 2008. 4 ans plus tard Milky est revendu et Romain rejoins le planning stratégique de Publicis Conseil. 1 an plus tard, il décide de repartir dans l'aventure entrepreneurial et fonde deliver.ee., le premier réseau urbain de coursiers.

Intervenant :


Romain LIBEAU, Co-Fondateur, **DELIVER.EE**

NUMA

Numa est Un nouveau lieu consacré à l'innovation et aux startups. Arnaud Chaigneau, administrateur et vice président en charge de la communication du NUMA est aussi entrepreneur. Il est également co-fondateur de l'agence emarketing Intuiti et de l'institut d'analyse des comportements utilisateurs Personae User Lab.

Intervenant :



Arnaud CHAIGNEAU, Administrateur et vice président, **NUMA**

L'USINE À DESIGN

Emilie Gobin Mignot est entrepreneur en résidence & co-responsable Startups à Numa. Entrepreneur dans l'âme, elle a créé et dirigé L'Usine à Design pendant 4 ans (e-commerce, 6MEUR levés, CA 4MEUR/an, 35p) avant de se spécialiser dans l'accompagnement de start-ups.

Intervenant :



Emilie GOBIN MIGNOT, Entrepreneur, **L'USINE À DESIGN**

THETOPS

Diplômé de l'ESC Toulouse, Vincent Redrado a travaillé chez Priceminister où il a pu découvrir l'entrepreneuriat et le web. Un an passé aux côtés d'Olivier Mathiot lui ont donné envie de monter sa startup et c'est comme ça que TheTops est né en octobre 2012. TheTops est un concept store en ligne qui propose des exclusivités design, bijoux et d'art de la table à des prix accessibles. C'est un cabinet de curiosité très tendances. Vincent est le cofondateur et Président de TheTops»

Intervenant :



Vincent REDRADO, Co-fondateur et Président, **THE TOPS**

GRAND AMPHITHÉATRE REMISE DES TROPHÉES

17H00 À 19H00 : VÉNUS DE L'INNOVATION MARKETING DIGITAL & RELATION CLIENT

Organisés par Tarsus France et Manifestory, ces trophées ont pour vocation de mettre en valeur des produits et services innovants, que ce soit en prospection, en fidélisation et en relation client, BtoB ou BtoC, incluant les technologies liées à la délivrabilité et au CRM Marketing.

Les battles finales organisées, en live et par catégorie, auront lieu le 15 avril de 17h à 19h : chaque concurrent aura 2 minutes pour présenter leur innovation et convaincre à la fois le jury de professionnels et le public.

Créativité, efficacité, rentabilité et technique seront les maîtres mots de cette remise de trophées !

6 TROPHÉES SERONT DÉCERNÉS DANS 6 CATÉGORIES

- Mobile et Social Marketing
- Relation Clients et Service Clients
- Stratégie et Publicité Digitales
- CRM, E-CRM, CRM Social
- Connaissance Clients et Data Marketing
- Coup de cœur Start-Up Digitale

UN JURY D'EXCEPTION :



ANNE-SOPHIE FRENOVE - Directrice Marketing AirBnB et Administratrice du Club des Annonceurs ; Présidente du jury



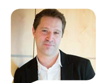
FLORENT ARGENTIER - Président du Cercle du Marketing ; Directeur Marketing et Communication de www.moncavistealamaison.com



RENAUD MÉNÉRAT - Président & Co-fondateur de userADgents ; Président de la Mobile Marketing Association France



OLIVIER ROCHE - Directeur E-commerce TUI France



HERVÉ BLOCH - Président Digilinx ; Directeur Exécutif DGTV.fr ; Créateur des événement BigBoss ; Vice-président & co-fondateur Internet Managers



CLAIRE MOREL - Rédactrice en chef de Relation Client Mag



CHLOÉ BEAUVALLET - Directrice des Services et de la Relation Client PMU



MARC DELAVARENNE - Directeur associé de l'Expérience Client – Bristol-Myers Squibb France



THIERRY SPENCER - Auteur du blog sensduclient.com et Directeur Associé de l'Académie du Service



CATHERINE BUCH FAURE - Directeur associé de l'Expérience Client – Bristol-Myers Squibb France

MERCREDI 15 AVRIL 2015

#EMP2015

PETIT AMPHITHÉÂTRE ATELIERS EXPERTS

09h30 à 10h30 - MARKETO - [Témoignage] : Comment le marketing piloté par les données est la clé du succès commercial



Pour être un bon marketer, vous devez pouvoir mesurer l'impact de chaque action marketing.

La bonne nouvelle pour nous marketers, c'est qu'il y a une importante quantité de données à analyser en provenance d'un grand nombre de sources; le défi, malgré tout, est d'identifier celles qui comptent vraiment et de savoir comment les utiliser pour maximiser nos performances. Participer à cet atelier pour découvrir comment :

- optimiser les performances de votre équipe de marketing et son budget,
- aligner vos capacités créatives et analytiques pour créer du contenu ayant un vrai impact mesurable,
- élaborer une stratégie de marketing basée sur des KPI qui comptent vraiment pour votre entreprise.

Nous utiliserons des exemples concrets tirés de notre expérience de marketers chez un fournisseur de logiciel SaaS dans le B2B, pour vous donner un exemple réel de transition vers un département marketing véritablement piloté par les données.

Intervenants :
Stanislas BERTELOOT, Directeur marketing, **KDS**
Marie LIGIER, Demand Generation Manager, **KDS**
David BELLIOT, Account Executive, **MARKETO**

10h45 à 11h45 : VISIPLUS ACADEMY - SEO : les clés du référencement sur le Web post Pingouin / Panda / Colibri / Pigeon / Payday Loan



Pingouin, Panda, Colibri, Payday Loan, Pigeon…tout bon référenceur doit désormais faire avec les différents algorithmes de Google. Avec leurs mises à jour récurrentes, la vigilance est de mise, et les yeux des entreprises sont rivés sur les positions et le trafic de leur site web. Découvrez quelques conseils clés pour optimiser la visibilité et le positionnement de votre site web sur les moteurs de recherche :

- Du mot-clé à l'entité : vers un SEO sémantique
- Temps de chargement, expérience utilisateur, taux de rebond, rich snippets…Quelles sont les nouvelles règles d'or pour bien cohabiter avec Google ?
- « Content is king…and always will be ! »
- La boite à outils du référenceur version 2015

Animateur : Régis MICHELI, Président, **VISIPLUS ACADEMY**

12h00 à 13h00 : LIANA TECHNOLOGIES - Les 8 étapes de l'Automatisation Marketing Agile



- Comment démarrer en Automatisation Marketing ?
- Comment concrètement la mettre en oeuvre ?
- Etudes de cas et succès clients.

Animateur : Eric FOURNIER, Account Manager, **LIANA TECHNOLOGIES**

14h00 à 15h00 : SOLOCAL NETWORK / SOLOCAL GROUP - Comment communiquer efficacement auprès de vos prospects tout au long de leur réflexion d'achat ?



Comment communiquer efficacement auprès de vos prospects tout au long de leur réflexion d'achat ? Aujourd'hui 9 consommateurs sur 10 effectuent des recherches en ligne avant d'effectuer un achat en point de vente. Il est donc capital pour les marques et enseignes de capter leurs clients ou prospects tout au long de ce moment clé avant l'achat. Solocal Network, la 1ère régie digitale spécialisée dans le web to store, vous présentera au cours de cet atelier les meilleures solutions pour capter efficacement une cible ultra intentionniste et la suivre tout au long de sa réflexion d'achat. Des résultats concrets viendront illustrer cet atelier.

Intervenant : Amaury LELONG, Directeur général adjoint en charge du marketing et des opérations programmatiques, **SOLOCAL NETWORK / SOLOCAL GROUP**

15h15 à 16h15: SALESFORCE- Les clés du succès d'un engagement client réussi



Les clés du succès d'un engagement client réussi:
-Quels leviers mettre en oeuvre, pour quels résultats ?
-Quel(s) canal(aux) privilégier pour driver des ventes et tisser une relation durable
-Quels outils et techniques sont les plus adaptés et les plus faciles d'accès ?
Autant de questions qui trouveront des réponses lors de cet atelier

Intervenant : Jean-Philippe BAERT, Regional Vice President, EMEA South, **SALESFORCE**

SALLE 1 ATELIERS SOLUTIONS | RECRUTER & FIDÉLISER

09h30 à 10h15 : GENERIX GROUP - Feu Vert - Generix : Révolutionner la fidélisation à l'ère du commerce cross-canal



Les consommateurs sont inscrits à un nombre toujours plus important de programmes de fidélité. Cependant, un écart important subsiste entre l'inscription à un programme et une fidélité réelle. En effet, les consommateurs ne savent plus faire la différence entre les multiples programmes qui trop souvent se limitent à une approche monétaire de la gestion de points et qui ne savent pas les accompagner sur les canaux de leur choix.

Grace à la synergie entre marketing des ventes et marketing relationnel, nous découvrirons une nouvelle approche de la fidélité, plus émotionnelle, capable d'amener les consommateurs à un niveau supérieur d'engagement. L'exemple de Feu Vert vous illustrera comment la connaissance client, au service de la personnalisation et de la gestion des interactions cross-canal, a permis d'augmenter de 20% le panier moyen de ses 1,5 million de consommateurs fidèles.

Invité : Philippe PETIT, Directeur des Opérations GCC, **GENERIX GROUP**
Intervenant : Christophe KÜHNER, Responsable Marketing Produit GCC, **GENERIX GROUP**



10h15 à 11h00 : KEY PERFORMANCE GROUP / STREET MARKETING(TM) - Parcours client : Du Marketing Alternatif à la Fidélisation Omnicanal

La qualité et le volume de vos acquisitions de leads et de clients sont-ils à la hauteur des budgets investis ? Parvenez-vous à engager ensuite vos contacts dans un tunnel de fidélisation optimisé ? L'agence digitale Key Performance Group et l'agence Street Marketing(TM) partagent en exclusivité best practices, nouvelles tendances et retour d'expériences (Diesel, Jack Daniels, ...) . Découvrez les méthodes éprouvées pour optimiser votre stratégie et assistez à une démonstration en direct de Street Marketing(TM) et de votre parcours digital applicables en B2C et B2B. Nos experts répondront en fin d'atelier à vos questions et une surprise attend les participants...

Animateurs :
Yohan STERN, Président, **KEY PERFORMANCE GROUP**
Marcel SAUCET, Fondateur & Président, **STREET MARKETINGTM**
Intervenant : Cyrille AGUINET, Directeur Conseil et Business, **KEY PEFORMANCE GROUP**



11h15 à 12h00 : ADOBE MARKETING CLOUD - Et si vous pouviez étendre la personnalisation de votre communication à tous les canaux ?

E-mails contextuels, nouvelle interactivité des contenus multimédia ou encore amélioration du ciblage des recherches personnalisées : voici nos nouveaux outils à destination des professionnels du marketing. Ces innovations clés aident les marques à interagir avec le consommateur de manière plus personnalisée et plus pertinente. Au nombre des nouveautés figurent la personnalisation des emails au moment de l'ouverture, les contenus multimédias « shoppable » (permettant au lecteur d'acheter ce qu'il voit) et une intégration inédite avec les autres solutions de la plateforme Adobe Marketing Cloud (Analytics, Gestion de l'Expérience Web, Segmentation d'Audience...).
Découvrez les bénéfices pour vos clients, votre entreprise et vos équipes.

Intervenant : Aurélie LEPLEY, Product Marketing Manager Adobe Campaign, **ADOBE SYSTEMS France**



12h00 à 12h45 : INBOX : Capitaliser sur la connaissance client pour construire une démarche relationnelle efficiente - Témoignage client DEVRED 1902

Comment utiliser la connaissance client et exploiter l'ensemble de vos données pour fidéliser et maximiser la valeur client

Intervenants :
Marilyn COURTOIS PÉRIN, Directrice générale, **INBOX**
Sébastien SCHRAM, Responsable Marketing CRM et Multicanal, **DEVRED 1902**



14h00 à 14h45 : NP6 - Emailings design & impactants - Best practices !

• Comment optimiser la performance de vos emailings ?
• Comment associer design, délivrabilité et performance?

Design, personnalisation, choix de l'objet, formatage du contenu, optimisation des Call to Action et du code HTML : vous découvriez les meilleures pratiques à adopter pour créer des emailings impactants. Et pour aller plus loin Fréderic Gérard vous livrera tous les secrets pour conjuguer design et délivrabilité.
Rendez-vous le mercredi 15 avril pour un compte rendu complet des bon réflexes à connaitre pour réinventer vos campagnes emails !

Intervenant : Frédéric GÉRARD, Chargé de Comptes, **NP6**



14h45 à 15h30 : ID CONTACT - Comportemental et DMP : Le cas client THE OTHER STORE

La présentation, illustrée des cas pratiques de plusieurs marques (Aigle, Le Tanneur, Sinéquanone, Claudie Pierlot...), explique comment l'exploitation des données comportementales des internautes constitue un levier puissant d'acquisition, de conversion et de fidélisation. Les questions abordées :
- DMP : pourquoi ? Pour qui (grands comptes, PME...activités) ?
- Comment mettre en oeuvre et exploiter une solution de DMP ?
- Quels bénéfices attendus et pour quels coûts ?

Participants :
- IDCONTACT : Editeur plateforme logicielle de CRM Marketing, DMP et Gestion de Campagnes Marketing.
- THE OTHER STORE : Accompagne le développement ecommerce des marques
- TAG COMMANDER : Editeur solutions de tag management professionnelles

Mots clés : DMP, comportemental, acquisition, fidélisation, acquisition, retargeting

Invités :
Caroline BELLANGER, Chef de projet CRM, **THE OTHER STORE**
Remy GUENOT, Responsable Trafic & CRM, **THE OTHER STORE**
Michael FROMENT, PDG et co-fondateur, **TAGCOMMANDER**
Intervenant : Christophe LEDUC, PDG et co-fondateur, **IDCONTACT**



15h45 à 16h30 : CANON France - Les clés de succès de votre campagne cross-média

Canon acteur unique sur le marché du cross-média compte tenu de son leadership dans le domaine de l'image et de son expertise dans les Arts Graphiques présentera un retour d'expérience de ses clients sur les clés de succès de campagnes cross média : de la sélection des données personnalisées à la mise en oeuvre réelle de la campagne au moyen d'une plateforme cross-média, en passant par l'impact du document papier. Que vous soyez agence de communication ou annonceur ou prestataire de services en communication, cet atelier vous permettra de mieux appréhender les enjeux et les opportunités d'une communication cross-média

Intervenants :
Didier BIOCHE, Chef de Produit Communication Cross-média, **CANON France**
avec la participation des acteurs d'une campagne cross-média (agence de communication et éditeur de solutions cross-média),

16h30 à 17h15 : ROUGE INTERACTIF - Optimisez la performance de vos e-mails grâce à la data et à l'UX

Nous vous présenterons des retours d'expérience concrets sur lesquels nous avons placé l'expérience utilisateur et la data au coeur de notre démarche d'optimisation de la performance

Intervenant : Fayssal BOUDHAN, Consultant e-mail marketing, **ROUGE INTERACTIF**

SALLE 2 ATELIERS SOLUTIONS | EXPLOITER LES DATAS CLIENTS

10h15 à 11h00 : SELLIGENT - Utiliser la data pour optimiser les campagnes clients et leur ROI

Venez découvrir comment Netbooster a contribué au développement de Photocité, acteur majeur du secteur de la vente en ligne de produits photo, en plaçant la data au coeur de sa stratégie CRM : les comportements des clients sont analysés et segmentés permettant la mise en place de plans d'animation efficaces et totalement adaptés selon les profils, via l'outil de gestion de campagnes Selligent.

Invités :
Neil INSDORF , B2C Manager, **CEWE**
Camille VIVARELLI , Chef de Projet CRM, **NETBOOSTER**
Intervenant : Jean-François HERNANDEZ, Directeur du Développement, **SELLIGENT**

11h15 à 12h00 : EMARSYS - Marketing prédictif et big data : misez sur l'analyse comportementale pour booster vos revenus !

Grâce aux données sur les habitudes d'achat et les revenus prédictifs, vous en saurez davantage sur ce que chaque contact est susceptible de vous rapporter. Optimisez l'engagement et l'expérience de vos clients, sur la base de données précises et d'objectifs clairs.

Animateur : Bruno SCHREIBER, Directeur Commercial, **EMARSYS**

12h00 à 12h45 : NP6 - Comment utiliser la Data Intelligence pour booster la Délivrabilité de vos emailings ?

Ces dernières années, les grands MSP américains ont développé leur capacité à analyser les comportements individuels et en ont fait leur principal axe de filtrage. Dans une logique d'amélioration des bonnes pratiques, il est indispensable de réaliser le même type de travail en amont. Pour y parvenir nous avons développé des méthodes d'analyse prédictives ! Anticiper les réactions positives et négatives par la data science tout en respectant les bonnes pratiques admises, c'est la garantie d'améliorer les résultats de vos emailings ! Nous verrons lors de cette conférence quels sont les nouveaux leviers de performance proposés par ces technologies ainsi que leur impact sur vos programmes marketing

Intervenant : Guillaume LACHÉ, Analyste Délivrabilité Senior, **NP6**

14h00 à 14h45 : AT INTERNET - 'Efficient Data' : De la donnée à l'action

La donnée analytics devient un véritable catalyseur de l'activité et permet des gains immédiats à chaque niveau de l'organisation.
[Témoignage]: Lagardère Active démultiplie l'acquisition de ses sites par un pilotage efficient de la donnée.

Invité : Dilson VARELA RIBEIRO, Responsable Data, **LAGARDÈRE ACTIVE**
Intervenant : Samia ABARA-BASLY, P.E., **AT INTERNET**

14h45 à 15h30 : ORACLE MARKETING CLOUD - Les data clients: Un nouvel enjeu à exploiter

Oracle Marketing Cloud accompagné de son client Zebaz vont vous montrer comment ils combinent le meilleur des technologies et de l'expertise BlueKai, Compendium, Eloqua et Responsys avec Oracle Social Cloud sur une plate-forme ouverte qui se connecte avec des centaines d'applications tierces. Les grandes sociétés et les entreprises utilisent ces solutions axées données pour créer des relations clients rentables et durables en prédisant le comportement de la clientèle, en délivrant du contenu dans un contexte précis et en intégrant des stratégies de marketing social.

Animateur : Roland KOLTCHAKIAN, Business Development Manager, **ORACLE MARKETING CLOUD**
Invité : Frédéric PICHARD, CEO, **ZEBAZ**

15h45 à 16h30 : MAIL METRICS - Exploiter vos données digitales pour augmenter la performance des canaux Email et Messaging

Le ROI de vos actions E-mail, Messaging (sms, push mobile, voix,...) et CRM sont-ils à la hauteur des budgets investis ? L'agence Mail Metrics partage ses retours d'expériences clients concernant la pertinence des messages, la relation 360° (transfert canaux offline/online), les ciblages dynamiques, le parcours client optimisé, les logiques d'achat et de visite, la pression marketing, ...
Découvrez des méthodes éprouvées pour optimiser votre stratégie CRM et Messaging. Nos experts Marketing Relationnel et CRM répondront en fin d'atelier à vos questions.

Animateurs :
Cyrille AGUINET, Directeur Conseil et Business, **MAIL METRICS by Key Peformance Group**
Yohan STERN, Président, **MAIL METRICS by Key Performance Group**

16h30 à 17h15 : COMPLEX SYSTEMS - Ne ratez pas la révolution du data marketing !



Des algorithmes issus de l'Intelligence Artificielle, à la mode il y a 20 ans, aux nouveaux projets d'automatisation de l'analytique qui voient le jour dans le monde entier, une révolution analytique est en marche. COMPLEX SYSTEMS fait partie des précurseurs de ce mouvement, et vous fait découvrir sa Plateforme Data Marketing KNOWLBOX, et son moteur «Data Scientist Inside».
KNOWLBOX apporte une connaissance complète du parcours client, améliore la rentabilité des opérations marketing , augmente la fidélisation et la durée de vie client, grâce à des offres plus adaptées... Simple, rapide, flexible, conçue pour les acteurs du marketing, la plateforme KNOWLBOX permet à toutes les entreprises de faire de leurs data un véritable levier de croissance.

Intervenants :
Pascal PAILLART, Directeur Commercial, **COMPLEX SYSTEMS**
Hélène IVANOFF, CEO, **COMPLEX SYSTEMS**
Patrick CANARELLI, CTO, **COMPLEX SYSTEMS**

SALLE 3 ATELIERS SOLUTONS | STRATÉGIE DIGITALE

10h15 à 11h00 : ADREXO - Promotion Locator : nouveau levier du mobile-to-store



Intervenant : Didier ROSSIGNOL, Directeur Digital, **ADREXO**

11h15 à 12h00 : TRADELAB - TOYOTA : Réconcilier Branding et Performance en programmatique, retour d'expérience de l'annonceur Toyota



Toyota et Tradelab, plateforme programmatique, vous présentent lors de cet atelier RTB, leur retour d'expérience sur la mise en place d'une stratégie de Branding performant : maitrise du contexte de diffusion dans une logique ROIste.

Intervenants :
Maïana DARMENDRAIL, Chef du Service Communication Digitale, **TOYOTA**
Yohann DUPASQUIER, CEO, **TRADELAB**

12h00 à 12h45 : ZEBESTOF - ZELIOS INTERACTIVE (retour d'expérience agence média globale)



DU BRANDING A LA CONVERSION, toutes les étapes du traitement de la data pour les clients de notre partenaire. Découvrez lors de cette conférence comment nos clients utilisent la panoplie des technologies et datas ZEBESTOF pour délivrer des bons résultats de campagne sur des KPI comme la couverture sur cible, le visionnage de vidéos, la visibilité de leurs bannières, la protection de la diffusion de leur marque, l'élargissement de la cible à l'internet français, le trafic sur site, le taux de rebond sur site, le taux de nouveaux clients, les ventes ou souscriptions.

Intervenant : Dimitry LOUVENCOURT, Fondateur, **ZELIOS INTERACTIVE**

14h00 à 14h45 : ADOBE MARKETING CLOUD - Du KPI au succès : bâtir une stratégie omnicanale efficace



Les entreprises ont un besoin croissant de coordonner efficacement leurs différentes actions sur les canaux utilisés (web, mobile, email...). Une somme d'actions sur le web ou le mobile ne constitue pas une stratégie digitale. Alors, comment construire une stratégie omnicanale performante ? Comment mesurer les interactions entre une marque et son audience sur tous les points de contact ? Et comment marier stratégie d'audience et stratégie commerciale ? Autant de questions pour aborder LA question : qu'en est-il du parcours consommateur à l'ère de l'omnicanal ?

Intervenant : Olivier BINISTI, Digital Marketing Specialist, **ADOBE SYSTEMS France**

14h45 à 15h30 : DOLIST - Collecte cross-canal : les bonnes pratiques de ceux qui réussissent



Pour votre collecte de contacts, êtes-vous certain de miser sur les meilleurs canaux à votre disposition ? La qualité de ces leads est-elle à la hauteur des budgets investis ? Collecte online, web-to-store, jeux-concours, réseaux sociaux, SMS, affiliation, inbound, etc. Dolist vous montre des méthodes d'acquisition testées et approuvées par ses clients. Prenez inspiration du côté d'Easy Cash, Toshiba, Vente du Diable, l'Institut du Monde Arabe ou Taxis G7 pour faire le point sur les canaux de collecte qui génèrent de l'engagement et collecter des contacts qui transforment vraiment !

Intervenant : Anthony BOUDET, **DOLIST.NET**

15h45 à 16h30 : VISIPLUS ACADEMY - Refonte de son site : attention danger, les pièges à éviter !



Ce n'est plus un secret, le web est secteur où les technologies évoluent très rapidement et, dans ce cadre, les refontes de sites interviennent généralement tous les 3 à 5 ans. La refonte d'un site Web n'est pas seulement un exercice esthétique. Bien sûr, l'aspect purement visuel est un élément majeur pour permettre à votre nouveau site web d'attirer plus d'attention, mais n'oubliez pas de regarder ce qui est sous le capot ! Si les internautes ne peuvent pas trouver votre site via les moteurs de recherche, s'ils ne peuvent pas y naviguer intuitivement et obtenir facilement les informations qu'ils cherchent, et enfin, s'ils ne peuvent pas le consulter via le terminal de leur choix, aussi beau soit votre site, il n'obtiendra guère de succès.
- Les nouveaux standards ergonomiques et les dernières tendances web-merchandising
- Les nouvelles technologies qui font fureur aux Etats-Unis
- Les nouvelles pratiques SEO
- Web Analytics : Mesurer pour comprendre... et agir !

Animateur : Jérôme POHIER, Senior Digital Strategist, **VISIPLUS**

SALLE 4 ATELIERS SOLUTIONS - MAITRISER LE MARKETING DE LA PERFORMANCE

10h15 à 11h00 : PIXALIONE - Maitriser le marketing de la performance Optimisez votre stratégie d'investissement e-marketing

Nous vous présentons une approche unique au monde (deux brevets déposés) permettant de diagnostiquer, de benchmarker et d'optimiser l'acquisition de trafic des sites Internet. Cette méthode appliquée avec succès à des PME, ETI et Grands Groupes, permet de minimiser votre coût d'acquisition clients et de maximiser votre trafic qualifié (de +30 à +250% de trafic en plus).Cette année, nous présentons en exclusivité la nouvelle version de MONETORING, plus puissante et plus pragmatique encore, avec ses nombreux nouveaux modules.

Nous aborderons notamment les questions suivantes :

- Comment minimiser votre coût d'acquisition clients ?
- Comment monitorer les performances de votre(s) site(s) Internet ?
- Comment benchmarker votre(s) univers de façon rationnelle ?
- Comment diagnostiquer votre site quotidiennement et au global ?
- Comment lancer votre nouveau site (refonte) sans perte de trafic ?

Animateur : Fabrice ALIZON, Dirigeant - Fondateur, **PIXALIONE**
Intervenant : Michel BERNARDINI, Responsable Commuincation et Informatique, **BNPPARIBAS** - Direction des Etudes Economiques

11h15 à 12h00 : FULL PERFORMANCE - Maximiser son ROI en pilotant ses campagnes à la Performance



Quels sont les KPIs pertinents pour piloter une campagne à la Performance? Comment contrôler les performances de son prestataire ? Comment définir des objectifs ambitieux et maximiser son ROI ?

Intervenant : Hervé PANOSSIAN, Consultant / Formateur, **PERF CONSULTING**

12h00 à 12h45 : ALTIMA - PRM et Attribution : optimiser sa stratégie d'acquisition



Découvrez comment structurer efficacement votre stratégie d'acquisition pour booster vos performances. Couplez analyse d'attribution des ventes et accompagnement de vos prospects pour rentabiliser vos campagnes. Comment prendre en considération la complexité des parcours ayant menés les internautes à acheter, optimiser vos mix leviers et vos mécaniques d'acquisition de client et en conséquence ? Découvrez les secrets d'une stratégie d'acquisition de champion en 45 minutes ponctuées de retours d'expériences chiffrés.

Invité : Perrine DEWALLY, Directrice adjointe Acquisition, **ALTIMA°**

14h00 à 14h45 : AZALEAD - TENDANCE MARKETING BTOB - 7 mesures radicales pour doubler le ROI de votre budget marketing



L'Account Based Marketing (Marketing des Comptes Stratégiques) n'est plus réservé aux Grands Comptes. Quelle que soit leur taille, les entreprises BtoB sont de plus en plus nombreuses à adopter une stratégie ABM qui permet de concentrer les efforts marketing & commerciaux sur des cibles à forte valeur ajoutée. Mieux choisir ses futurs clients pour éviter la dispersion devient une nécessité. Encore faut-il respecter un certain nombre de règles. Lors de cette conférence, vous découvrirez notamment :

- Une méthode infaillible pour concentrer vos actions sur une liste choisie de comptes-clé.
- Les dispositions urgentes à adopter si vous souhaitez améliorer votre ROI
- La meilleure façon d'impliquer les commerciaux dans cette démarche sélective
- Les bons outils à utiliser pour piloter votre programme

Au travers d'un cas pratique, vous apprendrez pourquoi cette nouvelle philosophie de l'ABM (Account Based Marketing) conquiert un nombre croissant de directeurs marketing BtoB à travers

Intervenant : Hervé PAOLINI, COO, Fondateur, **AZALEAD**

14h45 à 15h30 : PUBLIC-IDEES - Au-delà de la génération de trafic à la performance, optimisez l'engagement de l'internaute !



Le performance marketing est un redoutable outil de génération de trafic et d'actions permettant une parfaite maitrise des coûts. Découvrez comment aujourd'hui vous pouvez directement corréler vos investissements d'acquisition à l'engagement de l'internaute sur vos sites desktop & mobile, produits spécifiques et promotion de contenus ! Au-delà du simple clic, commissionnez vos partenaires en fonction du nombre de pages vues, du temps passé ou de la mise en panier. Nous partagerons avec vous les facteurs clés de succès de mise en place d'une opération d'engagement à la performance, le choix des partenaires, les taux d'engagement par leviers et leur apport direct et indirect en terme de conversions. Quels sont les leviers performance les plus engageants ? Sur quels secteurs ? Quel modèle économique appliquer ? Comment mesurer l'apport multi-canal de ce trafic ? Comment l'engagement renouvelle t'il les investissements sur mobile ?

Animateur : Matthieu RAIFFÉ, Country Manager France, **PUBLIC-IDÉES**

SALLE 5 ATELIERS SOLUTIONS - ACCROITRE SON TRAFIC ET SA VISIBILITÉ

10h15 à 11h00 : VOCUS Groupe CISION - Les Relations Médias : arme ultime de l'Inbound Marketing



L'approche traditionnelle marketing est en perte de vitesse. Les solutions de blocage publicitaire et d'antispam fleurissent et les prospects sont de plus en plus las des pratiques jugées trop intrusives. Les sociétés se tournent alors vers l'Inbound Marketing consistant à faire venir les clients vers soi plutôt que d'aller vers eux. Mix entre marketing de contenu, influence et visibilité Web, l'Inbound marketing se base sur les mêmes fondamentaux que les relations médias, qui deviennent alors incontournables. En effet, avec l'avènement des réseaux sociaux, des forums, des blogs, les relations presse sont devenues relations médias et répondent parfaitement aux problématiques modernes :

- Comment augmenter ma visibilité Web et médias ?
- Quelle stratégie RP idéale pour étendre mon influence ?
- Comment veiller le web pour construire du contenu tendance et viral ?
- Journalistes, blogueurs, influenceurs : comment initier une relation avec eux?

Cas d'usage et témoignages à l'appui

Intervenant : Cyndie BETTANT, Resp Marketing & Communication, **VOCUS GROUPE CISION**

11h15 à 12h00 : AD'S UP : Les nouveautés Google AdWords 2015 & les dernières techniques d'optimisation pour booster son ROI !



Google AdWords constitue un levier de trafic et de croissance majeur, indispensable pour les annonceurs sur le web mais particulièrement exigeant, précis et fonctionnant comme une véritable bourse en ligne. L'innovation continue de Google AdWords nécessite un engagement constant. Ad's up Consulting, agence agréée et spécialisée en création et optimisation des campagnes Google AdWords vous présente les dernières nouveautés et techniques d'optimisations qui vous aideront à boostez votre ROI et à toujours avoir une longueur d'avance sur vos concurrents : Google Shopping, Search Remarketing (RLSA), Remarketing dynamique, Gmail Sponsored Promotion (GSP), Display Select Keyword (DSK), In Market Segment, etc.

Animateur : Guillaume NEYRET, Traffic Manager, **AD'S UP**
Intervenants :
Antoine GURWITCH, CEO, **AD'S UP**
Maxime FAURE, Traffic Manager, **AD'S UP**

SALLE 5 ATELIERS SOLUTIONS - STRATÉGIE DIGITALE

14h00 à 14h45 : JIN - Le Marketing B to B sur les réseaux sociaux



Comment toucher les contacts décisionnels dans les entreprises grâce à Linkedin ? Comment créer une relation durable avec eux ? Le marketing digital B to B connaît un développement rapide, fondé sur un ROI toujours plus évident. Jin, agence experte d'Inbound marketing, présentera la méthode, les outils et les business cases fondés sur son retour d'expérience.

- Identifier et comprendre les cibles B to B
- Stratégie de Brand Content B to B
- Déployer le message de marque sur Linkedin
- Le Lead nurturing et la dynamique communautaire B to B : via Linkedin, via E-mail, via Youtube
- Funnel de conversion B to B : vers la génération de leads
- Outils de monitoring et de performance
- Outils de veille et d'information, pour les décideurs

Intervenants :
Laurène VANNEAUD, Responsable développement, **JIN**
Edouard FILLIAS, CEO JIN , **JIN**
Stephane ZWAHLEN, Global Head of Social Media chez EUROPCAR, **EUROPCAR**
Damien NORCIA , Directeur de projet, **JIN**

14h45 à 15h30 : SPARKOW - La recommandation comme trait d'union entre commerce et marketing



Alors que l'expérience client omni-canal est une préoccupation pour un nombre croissant de marques, les équipes commerciales et marketing s'appuient sur des outils qui fonctionnent en silo. En alliant recommandation de produits, de contenus et d'offres au sein d'un référentiel unique, les enseignes accompagnées par Sparkow améliorent significativement leur performance commerciale et l'alignement entre marketing et ventes. Cette présentation s'appuiera sur des chiffres du marché et des retours clients.

Intervenant : Jérémy VIAULT, Product Marketing Manager, **SPARKOW**

15h45 à 16h30 : EZ SYSTEMS - Réussir sa transformation digitale grâce au contenu



Découvrez au travers de différents cas clients (ex. Mondadori France), comment réussir sa stratégie en ligne grâce à une plate-forme technique digitale répondant à tous les challenges de la gestion de contenu mais également aux challenges de demain : personnalisation, optimisation et automatisation du marketing. Tout cela dans le but d'appliquer le meilleur business model digital.

Intervenant : Zamir ABDUL, Sales Team Leader, **EZ SYSTEMS France**

SALLE 6 ATELIERS SOLUTIONS | ENGAGER SES CLIENTS

10h15 à 11h00 : MARKETO - Automatiser sa prospection (retours d'expériences)



Comment automatiser sa prospection pour générer dix fois plus de ventes, sans passer un seul appel et sans être intrusif ? Nicolas présentera comment construire sa machine marketing inbound/outbound, les process et les résultats chiffrés que l'on peut obtenir pour démultiplier son volume d'affaires.

Intervenant : Nicolas WOIRHAYE, co-fondateur, **IKO SYSTEM**

11h15 à 12h00 : HAAS AVOCATS - Le rôle des CGU et CGV dans l'engagement et la fidélisation client : les solutions pratiques de ceux qui réussissent



Loi Hamon, collecte de données, leads, avis clients, recommandations de produits, performance commerciale, comment rédiger des conditions générales d'utilisation (CGU) et des conditions générales de vente (CGV) qui transmettent la confiance à ses clients ? Comment protéger sa réputation ? Comment créer de la valeur avec les données ? Maître Gérard HAAS montrera comment le succès est lié à la conformité d'un site ou d'une application et que c'est aussi est un gage de confiance et de fidélisation client.

Invité : Guilhem GLEIZE, gérant, **CIBLEWEB**
Intervenant : Gérard HAAS, Avocat à la Cour, **HAAS AVOCATS**

12h00 à 12h45 : LES NAVIGAUTEURS - Votre plan contenu 2020 : pour construire vos audiences de demain, par où commencer de façon efficace aujourd'hui ?



Dans un environnement riche, voire saturé, en informations, l'utilisateur doit faire des choix, sélectionner, suivre des recommandations... De manière assez mécanique, cette abondance d'informations génère donc une rareté de l'attention de vos utilisateurs !
Alors, comment sortir du lot dans un monde digital où l'utilisateur est sur-sollicité par une multitude d'annonceurs, sur une multitude de carrefours d'audience ?
A l'heure où il est relativement facile de toucher une audience large et volatile, tout l'enjeu est de construire des audiences futures, captives et engagées.
Le cadre que l'on vous propose pour les construire ? Une stratégie de communication digitale adoptant une démarche de content marketing sur-mesure...
Mais bâtir une stratégie de contenu ne s'improvise pas... lors de cette conférence, nous déroulons les étapes clés d'une stratégie éditoriale bien menée.
A travers leur longue vue, Les Navigauteurs décryptent votre feuille de route « contenus 2020 ».

Intervenant : Sébastien Bonnefoy, Directeur associé, **LES NAVIGAUTEURS**

14h00 à 14h45 : MARKETO - [Séminaire] Emmener votre Marketing dans les étoiles avec une stratégie de contenu. Comment faire ?



Vous êtes convaincu que le marketing « outbound » n'est plus suffisant, et vous souhaitez désormais attirer vos prospects, développer avec eux une conversation personnalisée et durable ; pour cela vous envisagez de lancer un projet de Marketing Automation dans votre groupe. Quels sont les pré requis au succès d'un tel projet ? Comment mettre en place concrètement une stratégie de contenu ? Que faire pour maximiser l'impact de votre contenu ?

Intervenant : Sylvain DAVRIL, Directeur Innovation & Marketing, **SUNTSEU**

14h45 à 15h30 : SNCD - Le client agile : qui est-il et que veut-il ?



Réseaux sociaux, web mobile, offres géolocalisées, comparatifs, avis on-demand... Les consommateurs ont largement adopté les technologies qui les rendent de plus en plus informés, exigeants, réactifs... en deux mots : Clients agiles. Dans cette révolution silencieuse qui bouleverse les cycles d'achat, quels sont les leviers de succès pour les marques et sur lesquelles de leurs forces doivent-elles s'appuyer pour interagir face aux nouveaux usages de leurs clients ? Autour des derniers résultats de son étude de référence « Connect Attitude » intégrant notamment sa typologie de l'influence, le Sncd répondra à ces questions, et vous aidera à optimiser votre efficacité sur les nouveaux canaux du web, en présentant des exemples d'entreprises ayant intégré avec succès les comportements agiles de leurs clients.

Intervenant : Hervé PEPIN, Responsable de l'Atelier Mobilité et Media Sociaux du Sncd - Président de Conscient Networks, **SNCD**

15h45 à 16h30 : SOCIALSHAKER - Les 10 clés de l'engagement d'une communauté en Cross-Platform



En 2015, le nombre de leviers de communication disponibles n'a jamais été aussi important pour les Responsables Marketing. A travers 10 points clés, nous vous présenterons notre méthodologie pour engager efficacement votre Communauté et vos Prospects à travers des campagnes de jeux marketing. Ces points seront également illustrés par de nombreux retours d'expérience issus des meilleures campagnes de nos clients.

Intervenant : Antoine SPADONI, CEO & Founder, **SOCIALSHAKER**

16h30 à 17h15 : TRUSTPILOT - Google Adwords & avis clients : quelles sont les best practices pour maximiser vos conversions ?



Deux chiffres clés à connaître : 77% des acheteurs en ligne consultent les avis clients avant achat, et Google Adwords représente plus de 63% des dépenses marketing online chez les annonceurs. Dans cette conférence, nous allons aborder les best practices de l'avis client & Google Adwords pour booster votre chiffre d'affaire en ligne :
- Comment mettre en synergie Google Adwords et les avis clients ? - Comment utiliser les profils des internautes pour votre ciblage Adwords ?
- Quelles sont les best practices sur les avis clients pour maximiser vos conversions ?
Pour en savoir plus sur Trustpilot, visitez notre site web : http://business.trustpilot.fr

Intervenants :
Brahim BEN HELAL, Directeur des ventes FRANCE & DACH, **TRUSTPILOT**
Mikael WITWER, Responsable Agence, **ADSONWALL**

AGORA WORKSHOPS

10h15 à 10h45 : MARCOMCITY - Introduire une apps dans une stratégie marketing multicanale



Les solutions de marketing multicanal
Les applications mobiles - L'apps mobilité
Les chiffres clés et tendances du marché mobile
M-Commerce : des prévisions à la hausse
Une apps comme ultime outil marketing
Une application mobile dédiée à votre business
Les fonctionnalités exclusives aux apps.

Intervenant : Charles AMAR , Président, **MARCOMCITY**

11h00 à 11h30 : BLACK ANGUS - Les trois étapes essentielles pour une campagne programmatique réussie



Présentation des trois étapes essentielles pour une campagne programmatique réussie (display, mobile et vidéo).

Intervenant : Dan POSALSKI, PDG et co-fondateur, **BLACK ANGUS**

11h45 à 12h15 : SMS-LOWCOST - Découvrez le SMS Azur , un nouvel outil au service du E-Marketing



SMS-LOWCOST vous propose de découvrir son nouvel outil destiné à developper votre stratégie SoLoMo. Le SMS Azur permet de créer des opérations de collecte de leads, de fidélisation, d'enrichissement de la relation client en quelques minutes.

Intervenants :
Emmanuel FAUVET, Directeur, **SMS-LOWCOST**
Christophe CARRÉ, Directeur commercial, **SMS-LOWCOST**

12h30 à 13h00 : DARWIN GROUP - Verisure (Italie) : Comment Verisure génère tous les mois ses installations d'alarme, grâce à « Mail by Mail », un dispositif d'emails Marketing innovant



Non, l'email Marketing n'est pas mort ! La preuve par l'exemple avec le dispositif « MailbyMail ».
Verisure est le leader européen de la télésurveillance auprès des professionnels et des particuliers, et bénéficie de 25 ans d'expertise. Très active sur Internet, la marque a mis en place avec DARWIN un maillage de dispositifs sur le marché Italien pour générer des leads qualifiés aboutissant à de la prise de rendez-vous, puis à des installations sur des zones géographiques bien ciblées. L'enjeu était de diffuser des campagnes d'Emailing commercial de façon optimale pour générer des leads de qualité.
Les objectifs : augmenter le taux d'installation d'alarme, tout en réduisant la pression Marketing de façon à améliorer la délivrabilité des emails et préserver la notoriété de la marque. L'agence DARWIN a donc mis en place un cercle vertueux de dédupplication puis de réattribution des emails à chaque éditeur selon un scoring de performance qui permet une meilleure rentabilité des campagnes d'e-mails. Une optimisation mensuelle des créations via de l'A/B testing complète le dispositif. Les indicateurs clés suivis sont l'amélioration du taux de prise de rendez-vous ainsi que le taux d'installation d'alarme, la rémunération de l'agence étant indexée sur ces KPIs.
Cet atelier a pour objectif d'expliquer ce dispositif spécifique et d'échanger avec Verisure Italie sur les retours d'expériences.
L'agence DARWIN et la Directrice Marketing de Verisure Italie seront ensuite à votre disposition pour répondre à vos questions

Intervenants :
Nicolas BOCCHECIAMPE, Directeur Associé, **DARWIN**
Esther MATE, Directrice Marketing, **SECURITAS DIRECT Italie**

14h00 à 14h30 : LA FABRIQUE A JEUX ET A BUZZ - Générer du trafic, de l'engagement et des leads grâce aux opérations de jeux et de buzz multi-canal



Vos résultats en terme d'acquisition, d'engagement et de buzz sont ils à la hauteur des budgets investis ?
Jeux mobiles, jeu web responsive, jeux Facebook, Serious Games, plateforme de jeux customisables,etc. La Fabrique à Jeux et à Buzz partage en exclusivité les facteurs clés de succès, les dernière tendances (cross-canal, réseaux sociaux, mobile et technologies embarquées, campagnes offline/online, digitalisation et gamification des points de vente) et les retours d'expériences. Découvrez les méthodes éprouvées pour optimiser vos stratégies digitales grâce à la gamification, au jeu et au buzz marketing
Nos experts répondront en fin d'atelier à vos questions.

Animateur : Yohan STERN, Président, **LA FABRIQUE À JEUX** et à **Buzz by KEY PERFORMANCE GROUP**

14h45 à 15h15 : MARKETO - Comment faire du marketing automation quand on est une PME



Le marketing automation ayant la réputation d'être complexe et long à mettre en oeuvre, Getplus démontrera, au travers de sa propre expérience, comment il est possible de construire un programme allégé très performant avec Marketo, en s'appuyant notamment sur de la smart data.

Intervenant : Hervé GONAY, dirigeant, **GETPLUS**

15h30 à 16h00 : SYNTHES'3D - Comment booster le chiffre d'affaires de vos commerciaux grâce aux tablettes et applications adéquates ?

Ce n'est pas une mode mais bien une réalité, les commerciaux s'équipent de plus en plus en smartphones, tablettes et tous ces objets hybrides appelés « phablettes ».
Pour accompagner au mieux cette tendance, il est essentiel que les entreprises se dotent d'applications mobiles à valeur ajoutée qui auront un véritable impact sur leur chiffre d'affaires et leur taux de transformation.
Quels sont donc ces différents outils digitaux qui permettront d'améliorer l'efficacité et la productivité de votre force de vente ?

Intervenant : Vivien POUJADE, Président Fondateur, **SYNTHES'3D**

16h15 à 16h45 : OCTOPEEK - Valoriser ses données

Valoriser ses données est avant tout une démarche «métier» et doit être conduite par le marketing. Et ce pour une raison simple : valoriser la donnée consiste à créer pour l'entreprise un avantage concurrentiel qui présuppose une bonne compréhension du client et de ses attentes. Le challenge est donc d'apporter de l'intelligence a toutes ces données. Et c'est là qu'intervient Octopeek !
Le logiciel Octopeek est là pour vous aider à aller vers cette démarche.

Animateur : Abdelkrim Talhaoui, **OCTOPEEK**

GRAND AMPHITHÉÂTRE CONFÉRENCES PLÉNIÈRES

10h45 à 11h45 : Le big data est-il une supercherie marketing ou une vraie avancée technologique ?

Neologisme marketing pour «vendre» de l'analyse de données ou véritable révolution ? Les technologies d'aujourd'hui permettent de collecter des milliards de données mais pourquoi faire ? Comment passe-t-on d'un principe de big data à value data ? C'est ce que nous tenterons de décrypter avec les experts «big data» chez les annonceurs : ceux qui peuvent parler objectivement du ROI réel et des implications concrètes... Ce ne sont pas des prestataires qui viendront vous présenter leur offre mais bel et bien des praticiens en entreprise notamment dans l'univers des telecoms, de la bancassurance et du conseil

Animateur : Thierry DEROUET, Directeur délégué de la rédaction, **EDITIALIS** 1

Intervenants :
Jérôme DE LABRIFFE, Directeur «valeur data», **BNP PARIBAS** et ex président **IAB** 2
Fabrice KOBIK, Manager digital, **KIA MOTORS** 3
Fabien VERSAVEAU, Directeur marketing digital, **FIGARO** 4
Xavier PERRET, Directeur marketing, **ORANGE** 5

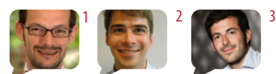




12h00 à 13h00 : GOOGLE - Transformation digitale: comment les entreprises peuvent s'approprier les grandes ruptures des parcours consommateurs

Big data, multiappareils, objets connectés , la transformation digitale est au coeur de l'actualité. A travers des études et des cas clients, venez découvrir comment le digital s'insère aujourd'hui dans le parcours consommateur. Et profitez des solutions simples pour intégrer ces nouveaux usages et accroître votre notoriété
1/L'aventure numérique, une chance pour la France» les éléments clefs de l'étude Roland Berger
2/3 ruptures qui caractérisent les nouveaux parcours clients : comment les appréhender et en tirer le meilleur parti
3/L'aventure digitale de demain: quelques innovations Google qui vont changer les usages à venir

Intervenants :
Jerome COLIN, Strategy consultant, **ROLAND BERGER** 1
Jean-Marc BOUWYN, Conversion specialist, **GOOGLE France** 2
Mathieu CERVETY, Responsable Marketing Professionnels, **GOOGLE France** 3



15h15 à 16h15 : Le e-marketing de la famille : comment acquérir et fidéliser la fameuse digital mum ?

La famille d'aujourd'hui n'est plus celle de nos parents et nos grands-parents : plus changeante (famille monoparentale), plus emphatique (décision collégiale au sein du foyer), plus sociale (forum de parents...) Comment toucher cette nouvelle cible à travers le e-marketing ? La digital mum est-elle la digne héritière de la ménagère de moins de 50 ans ? Comment acquérir et fidéliser cette clientèle ? Comment se singulariser vis-à-vis de la concurrence ?

Animateur : Barbara HADDAD, Auteur, Le Marketing de la Famille - Editions **KAWA** 1

Intervenants :
Leslie SAWICKA, Directrice de la publication, **PAROLE DE MAMANS.COM** 2
Hugues PELLETIER, Directeur, Ooshop - **CARREFOUR** 3
Elsa GRANGIER, Fondatrice et dirigeante, **AVISDEMAMANS.COM** 4
Leyla GUILANY-LYARD, Directrice Marketing et Communication, **EBAY France** 5



PETIT AMPHITHÉÂTRE ATELIERS EXPERTS

09h30 à 10h30 : MARKETO



10h45 à 11h45 - LIANA TECHNOLOGIES - Les tendances PR en 2015



Les résultats de notre sondage auprès des journalistes.

Animateur : Meriem BEN ALI, Key Account Manager, **LIANA TECHNOLOGIES**

14h00 à 15h00 : DIGIMIND - Médias sociaux : quelles stratégies gagnantes pour les marques en 2015 ?



Les marques et entreprises utilisent les réseaux sociaux pour communiquer (Facebook, Twitter, Instagram). Quelles sont les stratégies gagnantes mises en place par les marques en Social Media Monitoring, Présence et Communication sur ces canaux ? Digimind et Christophe ASSELIN vous en parlent avec des exemples concrets

Intervenant : Christophe ASSELIN, Marketing France, **DIGIMIND**

SALLE 1 ATELIERS SOLUTIONS - RECRUTER & FIDÉLISER

10h15 à 11h00 : AACC CUSTOMER MARKETING- La créativité Marketing, un levier de performance dans le recrutement et la fidélisation



Après une introduction qui remettra en perspective l'enjeu de la créativité marketing, 3 cas seront présentés pour illustrer le pouvoir de cette créativité.

Intervenants :
Catherine MICHAUD, CEO , **INTEGER France**
Pascal JOSEPH, Directeur du Business Development, **MRM//MCCANN**
Jules GUILLEMET, Directeur Général/ CEO, **AGENCE PSCHHH**

11h15 à 12h00 : ORACLE MARKETING CLOUD - Recruter et fidéliser les clients - Le guide indispensable du Lead Scoring



Le Lead Scoring est un classement objectif d'un lead par rapport à un autre. Il permet non seulement d'aligner le bon suivi à la demande correspondante mais il aide aussi les professionnels du Marketing et des ventes à identifier où chaque prospect se trouve dans le processus d'achat. Cela permet d'assurer que les meilleurs leads soient suivis immédiatement en donnant la priorité à ceux qui ont un potentiel de chiffre d'affaires et aux acheteurs qui sont prêts.
En plus de cela, l'acte même de définir des scores pour les leads améliore l'alignement et la collaboration entre les équipes marketing et vente.

Animateur : Marie ESCARO, EMEA Marketing Operations, **ORACLE MARKETING CLOUD**

12h00 à 12h45 : EDATIS - Techniques d'optimisation de la délivrabilité des contenus e-mailing



Edatis, éditeur de logiciels dédiés à l'e-mailing et l'exploitation de la data vous fait découvrir, en pratique, les différentes techniques d'optimisation de la délivrabilité des contenus e-mailing. Principes de fonctionnement des filtres anti spam / Règles de calcul du score spam /
Atelier pratique d'optimisation.

Intervenant : Sabri MAHJOUB, Directeur Marketing & Commercial, **EDATIS**

14h00 à 14h45 : MARKETO - Engagement Marketing : stratégie et design



Acquisition, Nurturing, Scoring, ...Quels sont les éléments constitutifs d'un marketing basé sur l'engagement? Comment construire une stratégie de génération de pistes «ventes complexes» qui tire partie de ces approches pour transformer la complexité du marketing digital en avantage concurrentiel? Au travers d'exemples concrets, nous détaillerons dans cette session les composantes stratégiques, les éléments méthodologiques, les compétences et les outils à assembler pour construire des programmes de génération de pistes qui engagent les prospects en amont de leur acte d'achat et les accompagnent jusqu'à la vente.

SALLE 2 ATELIERS SOLUTIONS | EXPLOITER LES DATAS CLIENTS

10h15 à 11h00 : COHERIS - Marketing prédictif : optimisez vos investissements marketing et commerciaux !



Les données constituent un capital stratégique pour votre entreprise, développez-le et innovez grâce à la puissance du datamining.
En effet, unifiées et exploitées, les données se transforment en connaissance client actionnable créatrice de valeur. Nous aborderons à travers des cas clients comment exploiter au mieux les données dans votre organisation et notamment comment:

- Cibler les clients à fort potentiel
- Bâtir une stratégie client profitable
- Mettre en place un moteur de recommandation temps réel

Intervenant : Luc BALTZLI, Responsable Pôle Consulting Data et Customer Intelligence, **COHERIS**

11h15 à 12h00 : HAAS AVOCATS - Maîtriser le cadre légal et éthique de la connaissance client



Avec le développement du BIG DATA on assiste à un effacement progressif des frontières entre vie publique et vie privée. Me Gérard HAAS rappelle les bonnes pratiques juridiques spécifiques au support (prospection, publicité, site internet, réseaux sociaux...), la gestion DATA des données collectées (formalités, droits des personnes, obligations du responsable du traitement) et énonce les risques encourus (contrôles de la CNIL et de la DGCCRF).

Intervenant : Gérard HAAS, Avocat à la Cour, **HAAS AVOCATS**

12h00 à 12h45 : ALTIMA - Digital analytics : la data pour éclairer ses décisions stratégiques



Retour d'expérience des équipes de Cofidis sur la refonte de leur plateforme digitale. Comment les données aident au pilotage de(s) projet(s) et du mix marketing, comment les analyses permettent de dégager, d'optimiser continuellement expérience et performance...

Invité : Sophie HEBETTE, Responsable SEM, webanalytics et optimisation , **COFIDIS BELGIQUE**
Intervenant : Victor ARIZA, Consultant Web Analytics, **ALTIMA°**



14h00 à 14h45 : SYNOMIA - Stratégie de Marque : comment exploiter les Data Sémantiques, les plus smarts des Data, pour arrêter de collecter et commencer à connecter

Aujourd'hui, la parole du consommateur est omniprésente sur tous les canaux, digitaux ou non. Autant d'idées, d'avis, de réflexions qui forment les Data Sémantiques et que votre Marque se doit de prendre en compte. Nous vous donnerons les grandes clés pour comprendre comment tirer pleinement partie de ces Smart Data pour construire vos stratégies marketing et communication au plus proche des besoins de vos cibles, en connectant de façon optimale leur Demande avec votre Offre. Nous aborderons comment exploiter :
(1) Vos données sémantiques internes (verbatim, emails, CRM...) pour : repérer les moments de vérité, améliorer votre expérience client, analyser le sentiment, segmenter finement vos clients,...
(2) Vos données sémantiques externes (web, blogs, réseaux sociaux, avis clients...) pour : détecter de nouvelles tendances, identifier vos territoires de Marque forts/faibles, comprendre vos opportunités business, identifier la façon optimale de prendre la parole,...

Intervenant : Philippe AIT YAHIA, PDG et Co-Fondateur, **SYNOMIA**



14h45 à 15h30 : ACSEL - Les Data en btob : usages, benchmark et témoignages avec la Commission btob de l Acsel

Avec l'apparition des DMP, mais aussi une longue tradition de CRM en BtoB, ou encore comprendre le lien entre la data et le content management, autant d'enjeux que les entreprises témoins (Ysance, Kiloutou, Microsoft, Bosh) viendront débattre avec vous

Intervenants :
Vincent MONTET, Directeur de la Stratégie digitale, **EFAP/ ICART / EFJ**
Florent NOSEL, Directeur Digital **KILOUTOU** et Président de la Commission btob

SALLE 3 ATELIERS SOLUTIONS - STRATÉGIE DIGITALE



10h15 à 11h00 : IAB FRANCE - Transition Digitale : les jobs et compétences Marketing & Communication qui auront la cote !

Quels sont les nouveaux métiers du digital dans le marketing et la communication (mission, compétences, formations nécessaires) ? Quel que soit son parcours scolaire, « classique » ou pas, quelle que soit son expérience professionnelle, quelles sont les nouvelles compétences des cadres du « markt-com » pour intégrer et réussir la digitalisation de l'économie ? Quelles sont les opportunités pour les professionnels du secteur ? Au cours de cette session, nous vous présenterons, les résultats du premier baromètre IAB France / La Poste / Aquent / Microsoft sur les métiers et les compétences de la transition digitale dans le secteur du marketing et de la communication.

Intervenants :
Vincent MONTET, Administrateur, **IAB France**
Perrine GRUA, Directrice Générale, **AQUENT France et Pays-Bas**



11h15 à 12h00 : EMARSYS - Success stories : 5 stratégies digitales à la loupe pour fidéliser vos clients sur la durée

Retours d'expériences clients sur la mise en oeuvre et sur les retombées de leur stratégie e-marketing.
Cycle de vie et parcours client, personnalisation, recommandation, automatisation, multicanal...

Animateur : Xavier BASTIEN, Directeur Général, **EMARSYS**



12h00 à 12h45 : CERCLE MARKETING DIRECT - Les 5 facteurs clés de succès d'une politique de Community Management

Marque exposée ou marque à faible notoriété, pour exister aujourd'hui, les usages numériques vous obligent à cultiver votre notoriété, votre visibilité et votre capital confiance auprès de vos publics. La majorité des entreprises ont aujourd'hui plusieurs années de pratique en Community Management. Le Community Management est sans conteste un puissant levier pour l'adhésion de marque ; mais cette fonction stratégique qui doit incarner la marque, peut aussi se révéler LE maillon faible en l'absence de stratégie digitale, ou si la stratégie digitale est déconnectée des attentes et de la perception de ses publics online.
Quels sont donc les enseignements que retirent ses entreprises adeptes du Community management? Comment le community management doit-il être intégré à la stratégie digitale ? Qu'elles en sont les bonnes et les mauvaises pratiques ? Comment piloter une politique de Community Management qu'il soit en interne ou en externe ? Quel est le rôle des KPI et comment les fixer?

Intervenants :
Caroline FAILLET, Co-fondatrice, **BOLERO Web Intelligence**
Linda OUMAHI, Chef de projets web 2.0 à la Direction de la Communication, **SNCF**



14h00 à 14h45 - MAKE ME VIRAL - La place de la veille et de l'analyse dans une stratégie Social Media

Aujourd'hui, 37% du temps est consacré à la veille et moins de 10% des données disponibles ont une réelle valeur ajoutée pour les community managers.
Mettre en place une veille récurrente et analyser sa stratégie sur les médias sociaux sont donc deux composantes importantes dans la mise en oeuvre d'une stratégie Social Media réussie. Par conséquent, il faut connaitre les évolutions d'usage Social Media et les intégrer dans sa stratégie globale. Outils, astuces et exemples de pilotage de veille et d'analyse seront au programme de cette conférence.

Animateur : Jérémi LEPETIT, CEO & Social Media Marketer expert, **MAKE ME VIRAL**



14h45 à 15h30 : SITECORE - L'expérience client fait-elle REELLEMENT partie de votre strategie de transformation digitale ?

D'ici 2016, 90% des sociétés tournées vers l'expérience client auront un avantage compétitif unique face aux autres. Certaines marques sont plus matures que d'autres pour mettre en oeuvre et rentabiliser leurs presences digitales. Lors de cette intervention, Sitecore presentera pourquoi la mise en oeuvre d'une strategie digitale doit s'aligner sur les objectifs de l'entreprise et sur l'expérience client.

Intervenant : Laurent BOUTEILLER, **SITECORE**

SALLE 4 ATELIERS SOLUTIONS | MAITRISER LE MARKETING DE LA PERFORMANCE

10h15 à 11h00 : PIXALIONE - Optimisez votre stratégie d'investissement e-marketing

Nous vous présentons une approche unique au monde (deux brevets déposés) permettant de diagnostiquer, de benchmarker et d'optimiser l'acquisition de trafic des sites Internet. Cette méthode appliquée avec succès à des PME, ETI et Grands Groupes, permet de minimiser votre coût d'acquisition clients et de maximiser votre trafic qualifié (de +30 à +250% de trafic en plus).Cette année, nous présentons en exclusivité la nouvelle version de MONETORING, plus puissante et plus pragmatique encore, avec ses nombreux nouveaux modules. Nous aborderons notamment les questions suivantes :

- Comment minimiser votre coût d'acquisition clients ?
- Comment monitorer les performances de votre(s) site(s) Internet ?
- Comment benchmarker votre(s) univers de façon rationnelle ?
- Comment diagnostiquer votre site quotidiennement et au global ?
- Comment lancer votre nouveau site (refonte) sans perte de trafic ?

Animateur : Fabrice ALIZON, Dirigeant - Fondateur, **PIXALIONE**
Intervenant : Alice BOURSEAU, Responsable Marketing Digital, **ADECCO GROUPE France**

11h15 à 12h00 : FULL PERFORMANCE - Un ROI de 20 en combinant Display RTB et SEA



Qui a dit que faire du Branding ne convertissait pas ? Comment combiner Branding avec du display RTB et Search afin de générer des ventes à moindre coût ? Comment obtenir des ROI de 20 avec du display targeting ?

Intervenant : Olivier RICARD, PDG, **FULL PERFORMANCE**

12h00 à 12h45 : ADSCORIA / MEDIASTAY - Stratégie d'acquisition et de requalification cross-canal : comment optimiser votre ROI ?



Le volume et la qualité de vos acquisitions de contacts sont-ils à la hauteur des budgets investis ? L'agence partagera en exclusivité les facteurs clés de succès (PRM, scoring, mix media, A/B testing), les dernières tendances (stratégie omnicanal, publicité video et premium, RTB, monétisation,...) et nos retours d'expérience. Découvrez les méthodes éprouvées pour optimiser votre stratégie d'acquisition et de requalification de bases de données. Nos experts répondront en fin d'atelier à vos questions.

Animateurs :
Yohan STERN, Président, **ADSCORIA BY KEY PERFORMANCE GROUP**
Aurélie MOOS, Directrice Conseil, **ADSCORIA BY KEY PERFORMANCE GROUP**
Invité : Sarah MAAOUIA, Responsable Conseil, **MEDIASTAY**

14h00 à 14h45 : CPA - Pour une nouvelle représentativité des acteurs de la Performance



Le nouveau CPA présente les avancées de sa nouvelle organisation et laissera la parole aux futurs présidents des Collèges pour introduire leur feuille de routes des travaux à tenir sur l'année 2015. L'objectif étant d'adresser un message commun aux annonceurs et au marché via un collectif puissant, organisé et représentatif de l'ensemble des acteurs Performance du marché Français. Nombreux mais fragmentés, les acteurs intermédiaires du marché de la performance (Agences Media, Régies Perf, Prestataires Techniques, Plateformes d'affiliation, routeurs) rejoignent le CPA pour s'inscrire dans une démarche de lisibilité et de cohérence vis-à-vis des annonceurs

Intervenants :
Amaury DELLOYE, General Manager Conversant Media / Trésorier **IAB**,
Guillaume GÉLIS, Country Manager France, **ZANOX**

SALLE 5 ATELIERS SOLUTIONS | ACCROITRE SON TRAFIC & SA VISIBILITÉ

11h15 à 12h00 : SELLIGENT - Et si, dès aujourd'hui, exploiter les données comportementales devenait une réalité ?



Site web, mobile et bientôt boutique, quel que soit le parcours choisi par votre consommateur, vous avez aujourd'hui la possibilité de récolter une multitude de données le concernant. Découvrez comment grâce à Selligent -solution toute intégrée- vous pouvez désormais exploiter ces données comportementales pour faire vivre à votre audience une expérience unique et optimiser vos taux de conversion.

Intervenant : Pascal ANGELI, Business Consultant, **SELLIGENT**

SALLE 6 ATELIERS SOLUTIONS | RECRUTER & FIDÉLISER

10h15 à 11h00 : GENERIX GROUP - Fidélisation militante - microDON / Generix : vers une relation émotionnellement forte avec les consommateurs



Avec l'avènement des nouveaux modes de vente tel que le financement participatif ou encore la nouvelle économie du partage, l'émotion a pris une place centrale dans la relation entre consommateurs et marques. Cette émotion fortement engageante, issue d'une volonté de dialogue et de partage de valeurs communes, est au coeur d'une nouvelle forme de fidélisation : la fidélisation militante. Generix Group et microDON ont allié leurs expertises en matière de marketing des ventes et d'ingénierie du mécénat pour créer un dispositif de «générosité embarquée». L'engagement citoyen de l'enseigne devient un facteur de performance (relation client, fidélité, image, ancrage local) tout en rendant possible le soutien quotidien d'associations locales par ses clients.

Invité : Mathieu JUBRÉ, Directeur marketing & développement, **MICRODON**
Intervenant : Christophe KÜHNER, Responsable Marketing Produit GCC, **GENERIX GROUP**

JEUDI 16 AVRIL 2015

#EMP2015

11h15 à 12h00 : AD'S UP CONSULTING - Les nouveautés Google AdWords 2015 & les dernières techniques d'optimisation pour booster son ROI !



Google AdWords constitue un levier de trafic et de croissance majeur, indispensable pour les annonceurs sur le web mais particulièrement exigeant, précis et fonctionnant comme une véritable bourse en ligne. L'innovation continue de Google AdWords nécessite un engagement constant. Ad's up Consulting, agence agréée et spécialisée en création et optimisation des campagnes Google AdWords vous présente les dernières nouveautés et techniques d'optimisations qui vous aideront à boostez votre ROI et à toujours avoir une longueur d'avance sur vos concurrents : Google Shopping (PLA), Search Remarketing (RLSA), Remarketing dynamique, Gmail Sponsored Promotion (GSP), Search Campanion Marketing (SCM), In Market Segment, etc.

Animateur : Guillaume NEYRET, Traffic Manager, **AD'S UP**
Intervenants :
Antoine GURWITCH, CEO, **AD'S UP**
Maxime FAURE, Traffic Manager, **AD'S UP**

AGORA WORKSHOPS

10h15 à 10h45 - MELTWATER - WORKSHOP



Réunir une grande quantité d'information depuis le web peut être fastidieux. Analyser cette information prendra au moins autant de temps, si ce n'est plus. Et si vous aviez recours à un outil de veille en ligne ? Venez découvrir pourquoi Meltwater se trouve aujourd'hui parmi les leaders de la veille des médias digitaux en vous apportant des Outside Insights.



WEB TV

le programme de la WEB TV sera en ligne très prochainement.



PLATEAU WEB TV

webhelp



MARDI 14 AVRIL

10h00 – 10h30
Comment offrir une meilleure expérience client sur le web social ?
Rencontre avec Matthieu Chéreau, Pdg de Sleek, Auteur du premier livre sur le Community Management paru en France chez Dunod

10h30 – 11h00
Le data marketing temps réel pour augmenter notoriété, trafic et ventes
Avec Emmanuel Poncet, DG de Zebestof

11h00 – 11h20
Comment rassurer son client et personnaliser l'offre pour améliorer les ventes de mode en ligne ?
Avec la société UPFIT

11h30 – 12h00 - WEBHELP's TALKSHOW 1
WEBHELP's TALKSHOW

14h30 – 15h00 - Un vent givré venu de Finlande souffle sur le marketing digital français
Avec la société Liana Technologies

15h00 – 15h30 - L'industrialisation du lead via l'email retargeting.
Avec la société Rentabiliweb

15h30 – 16h00 - Présentation de l'expertise d'Interactive Intelligence
avec Olivier Silbertsein, DG France

16h00 – 16h30 - Présentation de la société OWI TECH

16h30 – 17h00 - WEBHELP's TALKSHOW 2

MERCREDI 15 AVRIL

10h00 – 10h30 - Stratégies de ventes sur Internet : Marketplace, Comparateurs de prix, Affiliation, Retargeting...
Avec VNC online - Expert stratégie e-commerce

10h30 – 11h00 - Pilotez vos réseaux sociaux à l'heure du Social CRM
Avec Didier Fredenucci, un des co-fondateurs du bureau français de Facelift

11h30 – 12h00 - WEBHELP's TALKSHOW 3
WEBHELP's TALKSHOW

12h00 – 12h30 - Les photos produits : enjeux du web 2.0
Avec Mathilde SEBBAN, PackshotCreator – Sysnext

12h30 – 13h00 - WEBHELP's TALKSHOW 4
WEBHELP's TALKSHOW

14h15 – 14h45 - BEEHIVR convertit instantanément un iPad en kiosque interactif
Avec Jean-Philippe Laforge, Président de BEEHIVR TECHNOLOGIES

14h45 – 15h15 - Mesurer l'expérience client multi-canale : les 5 étapes clés
avec Fabien Comtet, président de la société KESTIO

15h15 – 15h45 - Présentation d'une technologie «réalité augmentée» pour donner envie d'acheter des produits vus dans le print
avec Perrine Muller, CPO de l'application Overlay

15h45 – 16h45 - WEBHELP's TALKSHOW 5
WEBHELP's TALKSHOW

16h15 – 16h45 - La mémorisation de la marque au service du ROI: comment combiner branding et performance
Avec la société Azameo

16h45 – 17h15 - WEBHELP's TALKSHOW 6
WEBHELP's TALKSHOW

JEUDI 16 AVRIL

11h00 – 11h30 - WEBHELP's TALKSHOW 7
WEBHELP's TALKSHOW

11h30 – 12h00 - WEBHELP's TALKSHOW 7
WEBHELP's TALKSHOW

12h00 – 12h30 - Comment choisir un CRM ?
Avec Frédéric Canevet

14h15 – 14h45 - Parcours e-client : la faille du téléphone
Avec Thomas SEVEGE, President - COO de Freespee